بسم الله الرحمن الرحيم




## مـــجلـــة

# الجا معة الاسكندينافية

### المحكمة في العلوم الإنسانية، والأساسية، والتطبيقية

العدد الثاني:

ربيع الثاني 1431، ابريل، 2010

## عن المجلة

تأسست مجلة الاسكندينافية في عام 2009، لتكون ناطقة باسم الجامعة الاسكندينافية، وهي مجلة إلكترونية محكمة، ذات طابع أكاديمي بحثي، متخصصة في مختلف علوم المعرفة التي تشملها الجامعة. تصدر كل ثلاثة أشهر.

## أهدافها

- إتاحة الفرصة للباحثين لنشر بحوثهم المبتكرة، في جميع فروع المعرفة.
- سد الفراغ الذي تعاني منه المكتبة الإلكترونية العربية في مجال البحوث الأكاديمية.
- المساهمة في تطوير البحث العلمي، وتقديم دراسات تخدم القرّاء في شتى بقاع العالم.
- الاستفادة من التقدم العلمي خدمة للإنسانية.



## المحتويات

# كلمة التحرير

تطل عليكم المجلة الاسكندينافية في عددها الثاني، وقد يسَّر الله تعالى صدور العدد الأوَّل منها قبل ثلاثة أشهر؛ لتكون لبنة في صرح المعرفة البشرية في عالمنا الرقمي المعاصر؛ ولتُعلن عهدا جديدا يتميز بالسرعة والوفرة والدقة من جهة، ويرزح تحت وطأة الأزمات والفتن والمظالم... من جهة أخرى.

ولن يُجزي أحدا الوقوفُ متفرجا يلعن الظلام، ويصف الأدواء، ويبرِّئ النفس من المسؤولية؛ بل الواجب يحتم على الجميع المشاركةَ الفعالة المثمرة، والاجتهاد العلمي الدؤوب، والعمل الجماعي المنسق...

فمن أسرار هذا المولود الحضاري كونه عالميَّ النزعة، شموليَّ الرؤية، يشترك فيه الكتَّاب من أطراف المعمورة، وكذا الأساتذة المحكَّمون، والإدارة الموجِّهة، والمصمِّمون الفنيون... ويَفترض - بالتالي - أن تصل أعدادُ هذه المجلة الرائدة - عبر الانترنت - إلى جهات الأرض الأربعة؛ لا تترك بابا من أبواب العلم والمعرفة إلاَّ ولجته، ولا قلبا إلاَّ شرحته، ولا عقلا إلا أنارته...

ولقد كانت المقالات سخيَّةً، كما كان الكتَّاب جادِّين في تعاملهم، فتراوحت البحوث والمقالات بين "نظرية المعرفة"، و"علم النفس" بشقيه العلاجي والتربوي؛ كما لامست مجال "التنمية الذاتية"، ولم تغفل حديث الساعة، وهمَّ العصر : الأزمةَ المالية العالمية"؛ ثم ناقشَت "أثر المعرفة السوقية على دوافع الاستهلاك"؛ وعرَّجت على الحضارة الإسلامية، لتعالج موضوع "المحاسبة في الدولة الإسلامية"، ولتُظهر مدى أصالة هذا الفن في تراثنا الإسلامي العربي.

وباللغة الإنجليزية برز مقال تعرَّض فيه صاحبه "للكلمة المنقولة" أسلوبا من أساليب الاتصال لدى طلاب الجامعة.

وهكذا انتهي العدد - كما بدأ - واحةً من المعارف الأساسية والتطبيقية المحكَمة، شاهدا على أنّ العالم الإسلامي لا يزال مِعطاء، شريطة أن يجِد أبناؤه من يأخذ بأيديهم، ويفتح لهم أسباب الإعلام والانتشار.

والجديد في هذا العدد هو الإعلان عن حقل للإشهار العلمي، نخصصه للكتب والجامعات، وللجوائز العلمية والملتقيات، كما نعلن للمؤسَّسات التجارية ذات العلاقة بالفكر والتربية، والعلم والمعرفة...

أمَّا الجديد في العدد المقبل، بإذن الله تعالى، هو أننا نخطط لقسمين من المجلة، نظرا لوفرة المقالات، وتنوعها: قسم باللغة العربية، وقسم باللغات الأجنبيات... ولعل الله ييسر نشر كلِّ ذلك في موقع خاص بالمجلة الاسكندينافية...

رهاننا في كلِّ ما نأتي وما نذر، هو التوفيق، والإنسان، والحرية، والعقل، والمرونة، والإبداع، والنسق المفتوح، والنقد البناء... وكلّ ما من شأنه أن يرقى بالأمة إلى مراقي الحضارة الإنسانية العالمية، لتنشر العدل والقسط والسلام.

على الله توكلنا، وبه نستعين...

**أمين التحرير**

**د. محمد باباعمي**

# المراحل السبعة لتحويل المعرفة إلى سلوك

# لدى الأستاذ محمد فتح الله كولن

الدكتور محمد بن موسى باباعمي
مدير معهد المناهج، رئيس كلية مناهج البحث ، بالجامعة الإسكندنافية.
babaammimed@veecos.net

## ملخص::

يحاول هذا المقال، من خلال منظومة الرشد، واعتماد النماذج المعرفية، أن يعالج إشكالية العلاقة بين "الفكر والفعل"، بين "العلم والعمل"؛ من خلال النتاج الفكري للأستاذ محمد فتح الله كولن؛ ولقد توصَّل إلى استنباط سبع مراحل لتحويل المعرفة إلى سلوك، ضبطها الأستاذ ضبطا محكما، وانتهى فيها إلى آليات واضحة متميزة، مكَّنت حركة النور التابعة له، في تركيا المعاصرة، من تخطي عقبة الفعالية بنجاح، فكانت ولا تزال نموذجا للإسلام الحضاري. والأمَّةُ الإسلامية اليوم – مشرقا ومغربا – في أشدِّ الحاجة لدراسة هذه التجربة، والاستفادة منها، لعلَّها تحظى بالتمكين في الأرض، وتستعيد الريادة في العالم، كما كانت من قبل، وكما أرادها الله تعالى "خير أمَّة أخرجت للناس".

## مدخل إبستمولوجي:

إنَّ البحث في العلاقة بين الفكر والفعل، وبين العلم والعمل... يقودنا إلى مجالات معرفية خِصبة، منها: فلسفة التربية، وعلوم السلوك، والإبستمولوجيا، ونظرية المعرفة؛ ثم يدفعنا، ضرورةً، إلى البحث في اللغة والمنطق، وفي مناهج بحوث الفعل [1]، وفي التربية بالخبرة [2]، والحرية للتعلُّم [3] ... وغيرُها من المداخل كثير.

وإنَّ المتفكِّر في كلام الله تعالى لَيجد منطلقات مغريةً للغوص في هذه الإشكالية، باعتماد التحليل والتركيب والمقارنة، ثم البناء الإبداعيِّ المركَّب، غير المختزل ...

ومن المقاربات التي اقترحتُها منذ أمدٍ، ما يُعرف ببحوث الرشد، والرشاد، والترشيد... وما يترتب عنها من مفاهيم، وما يلتصق بها من مصطلحات.

لقد وُلدت مقاربة الرشد ضمن بناء معرفيٍّ منهجيٍّ متكامل، يُعنى بإشكالات التخلُّف والحضارة، ومقاربات الفعالية والتفعيل، ونظريات الكفاءة واللاكفاءة... وغيرها مما طوَّره العلماء من أمثال: بوبر،

---

1 – بحوث الفعل (action–research)، تنسب إلى لوين، ثم طورها كولب وغيرهما.

2 – التربية بالخبرة (experiential learning)، تنسب إلى ديوي ثم بياجي، يعمل بها بخاصة مشروع مدارس شنايدر.

3 – مقاربة الحرية للتعلم (freedom to learn)، تنسب لكارل روجرس، وتعمل بها العديد من المدارس العالمية، وقد اعتمدتاها في المدرسة العلمية الجديدة، في الجزائر.

وابن نبي، وبيترز، ولوين، وكولن... كلُّ ذلك لهدف واحد هو: تأسيس "منظومة معرفية رشيدة"، تعنى بالمداخل الواردة أعلاه مجملةً: الحضارة، والتربية، والثقافة، والفكر، والفنُّ، واللغة، والمنطق...

في هذا النسق رأيت أنَّ سورة الكهف - من كلام الله سبحانه وتعالى - هي سورة الرشد بامتياز، وهي المرجع الأساس لكلِّ منظومة فكرية قرآنية مهما كان نوعها، وهذا لا يستثني ـ طبعا ـ السور الأخرى، التي عالجت المعرفة وعلاقتها بالسلوك، مثل سورة: البقرة، والنجم، والجن... بل، ولا يلغي أيَّ آية من القرآن الكريم من دفَّته إلى دفَّته...

ففي سورة الكهف ذُكر مصطلح الرشد أربع مرات، وهي قوله تعالى:

- ✓ في معرض الحديث عن الفتية أصحابِ الكهف: ﴿إِذْ أَوَى الْفِتْيَةُ إِلَى الْكَهْفِ فَقَالُوا رَبَّنَا آتِنَا مِن لَّدُنكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا﴾ (الآية: 10)
- ✓ في نفس السياق مخاطبا رسوله الكريم: ﴿وَلَا تَقُولَنَّ لِشَيْءٍ إِنِّي فَاعِلٌ ذَٰلِكَ غَدًا إِلَّا أَن يَشَاءَ اللَّهُ وَاذْكُر رَّبَّكَ إِذَا نَسِيتَ وَقُلْ عَسَىٰ أَن يَهْدِيَنِ رَبِّي لِأَقْرَبَ مِنْ هَٰذَا رَشَدًا﴾ (الآيتان: 23-24)
- ✓ في قصة موسى مع الخضر عليهما السلام: ﴿قَالَ لَهُ مُوسَىٰ هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَن تُعَلِّمَنِ مِمَّا عُلِّمْتَ رُشْدًا﴾ (الآية: 66)
- ✓ أما بصيغة اسم الفاعل "مرشدا"، فوردت في تقرير دلالةٍ عقدية وقانونٍ رباني يضبط جدلية الهداية والضلال: ﴿مَن يَهْدِ اللَّهُ فَهُوَ الْمُهْتَدِ وَمَن يُضْلِلْ فَلَن تَجِدَ لَهُ وَلِيًّا مُّرْشِدًا﴾ (الآية: 17)

قد لا تسعفني هذه المحاضرة في بسط هذه السياقات كلِّها، ولعلَّ ذلك يليق أن يكون مؤلفا مستقلا، بل ملتقى عالميا، ودورة تدريبية متخصِّصة، تعالج الموضوع من مختلف الجوانب، وبمختلف المناهج.

أمَّا هذه المحاضرة فتقتصر على قصَّة الخضر مع موسى عليهما السلام، من خلال فكر المجدِّد المصلح محمَّد فتح الله كولن... وهذه القصَّة هي مدرسة في المنهج والموضوع[4]، وهي معدنٌ لمبادئ التعلم، ولتقنيات التعليم، ولأبعاد العلم، ولفلسفة العلوم، ولمستويات المعرفة، وللعلاقة بين الفكر والفعل... مما لا يحصى.

## نظرية التعليم في قصة الخضر وموسى عليهما السلام

### إنَّ قوله تعالى: ﴿فَوَجَدَا عَبْدًا مِّنْ عِبَادِنَا آتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِّنْ عِندِنَا وَعَلَّمْنَاهُ مِن لَّدُنَّا عِلْمًا... ﴾ (الآية: 65)، يأخذ أبعادا مختلفة:

علَّم الله سبحانه الخضرَ من "لدنه" علما، بعدما آتاه رحمة من "عنده"، وكلٌّ من "اللدنية" و"العندية" في فلسفة العلوم هي جوهر الحقِّ ومعدن الصواب، وبخاصَّة أنها "لدنية" مطلقة و"عندية" ذاتية، لا يحدُّها حدٌّ، ولا يحصرها أحدٌ...

4 – انظر– محمد فتح الله كولن: أضواء قرآنية في سماء الوجدان؛ تفسير آيات من سورة الكهف. موقع: http://ar.fgulen.com/content/view/544/7/، 23:03.

يجمع "كولن" بين "اللدنية" و"الفعالية" في مقاله المعنون بـ"الخصوصيات الأساسية للفكر الإسلامي"، ويقول:

«فالإيمان الذي هو كـ"شجرة طوبى" تنشأ من هذه البذرة فتغطي بما تؤتي من ثمار المعرفةِ سماءَ حسِّ الإنسان وشعوره وإدراكه، ثم تستحيل العلوم والمعارف كلُّها إلى العشق والاشتياق والحرص بحملة داخلية وشعور وحس داخلي، ليحاصر ذاك الإنسانَ من كلِّ جهة، فيصيّره إنسانًا جديدًا قائمًا على محور الوجدان... فتنعكس هذه الحالُ على كلِّ سلوكيات هذا الإنسان العاشق المشتاق. فتحمل عبادتُه وطاعته سماتٍ ترتسم بخطوط هذه العلاقة والرابطة، وذلك العشقِ والاشتياق، وتصير مناسباته البشرية انعكاساتٍ لهذه "اللدنية"... وتتمحور حملاته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإدارية كلُّها، حول هذه القوة الجاذبة "إلى المركز..."» ([5]).

الحقُّ أنه لمَّا أدرك "موسى" هذه الأبعاد وأكثر منها، وهو النبيُّ الموحَى إليه، لم يتردَّد لحظة في طلب العلم "اللدني" من هذا الرجل الذي أخذه من المصدر مباشرة بلا واسطة؛ فما كان من "موسى" إلاَّ أن ترك سفره وودَّع غلامه، ليبدأ رحلة علمية فعلية، كانت انطلاقتها سؤالا واضحا: ﴿هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَى أَن تُعَلِّمَنِ مِمَّا عُلِّمْتَ﴾، ولو أنَّ الآية توقَّفت هنا لاكتمل المعنى، ولكان طلب "موسى" مقتصرا على "المعلومات"، وعلى "العلم النظريّ"، بعيدا عن الخبرة، والواقع، والحياة؛ لكنه أضاف كلمة كانت السرَّ والمفتاح المعرفيَّ لهذه التجربة الفريدة.

الكلمة هي: "**رشدا**".

وقد فسَّره القدامى بأنه: «إصابة الخير»[6]، و«الدليل على الهدى»[7]، وأنه «الإيمان المخالف للغيِّ»[8]، استنباطا من قوله تعالى في سورة البقرة: ﴿لآَ إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَد تَّبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ﴾ (الآية: 256).

أمَّا الشعراوي فقد وجه المعنى توجيها جديدا بديعا، وجعل **الرشد** بمعنى «حسن التصرف في الأشياء، وسداد المسلك في علَّة ما أنت بصدده»[9].

لو تجاوزنا نظريات "التعلم" الكلاسيكية[10]، التي تقصره على "نقل المعلومات من وإلى"، فإننا نلتقي بمدارس قائمة بذاتها، تجعل التعلم مقرونا بالخبرة وبالتجربة، يقول سِنج: «حين نتعلم فإننا نعيد صناعة حياتنا من جديد، ونصبح قادرين على فعل أشياء كنا عاجزين عن فعلها قبلُ، ونغير طريقتنا في النظر إلى العالَم ومنهجنا في التفاعل معه، ونطور مقدرتنا على الإبداع»[11].

5 – مجلة ياني أميد، نقلا عن موقع الأستاذ، http://ar.fgulen.com/content/view/13/101/؛ 23:08.

6 – الآلوسي: روح المعاني؛ تفسير سورة الكهف، الآية 66.

7 – الطبري: جامع البيان؛ تفسير سورة الكهف، الآية 66.

8 – اطفيش: هميان الزاد؛ تفسير سورة البقرة، الآية 255.

9 – الشعراوي: خواطر إيمانية؛ تفسير سورة الكهف، الآية 66.

10 – انظر– B. Bourassa et autres: **Apprendre de son experience**, chapitre1: l evolution de la conception de l apprentissage, pp7-14. presse de l université de Quebec, 2007

11 – Peter M. Senge: **La cinquième discipline;** Paris. 1991, p30

ويضيف بوراسا وآخرون عنوانا دالا هو: «أن نغير يعني أننا نتعلم» (Changer signifie apprendre)[12]

هل ما قاله "سنج وبوراسا" أعمق مما ورد في كلام الله تعالى مختصرا عميقا دقيقا، في كلمة واحدة هي: "**الرشد**"؟

طبعا، شتان بين هذا وذاك، وفرقٌ ما بين كلام الخالق وكلام المخلوق.

لنتأمَّل تعريف الشعراوي، الذي وظَّف كلمات مفتاحية هي: "الحسن"، و"التصرف"، و"السداد"، و"المسلك"، و"العلة"... ثم ختمها بالبعد الزمني والمكاني لمدلول الرشد، بقوله: «في علَّة ما أنت بصدده»، أي أنّ تعليم الرشد يَعتبر «حالةَ المتلقي النفسية والاجتماعية والمعرفية، وظروفه الزمانية والمكانية»[13]، أمَّا التعليم غير المعتمد على **الرشد** فيقتصر على المعلومات مفصولة عن الواقع، وهذا ما يولِّد حالة انفصام وفصام.

ولعمري إنَّ هذه هي إشكالية المسلمين اليوم، إنها إشكالية الانفصام بين العلم والعمل، بين الفكر والفعل، بين الدين والدنيا... ولقد عالجها الكثيرون، تحت مسميات مختلفة، منها: الفعالية، والمنطق العملي، والتوجيه العملي، والمنهج السلوكي، والأزمة المعرفية...

ومن أبرز من أبدع في تحليل هذه الإشكالية، واجتهد في تشخيصها أولا، ثم دفع إلى التحرر منها ثانيا، وأقام ـ بالفعل ـ صروحا حضارية ثالثا... المفكرُ الأستاذُ "**محمد فتح الله كولن**".

ففي كتاب "**التلال الزمردية**"، يقول في ثنايا معالجته لموضوع المعرفة:

«إنَّ أُولى مراتب المعرفة هي رؤية تجلِّيات الأسماء الحسنى، المحيطة بنا إحاطة تامَّة وحدسُها، ومشاهدةُ إقليم الصفات الجليلة المثير للإعجاب، فيما وراء انفراج أبواب الأسرار بهذه التجليات».

ولكنَّ الأستاذ لا يتوقف عند هذه المحطَّة التي كثيرا ما توقف عندها الكتَّاب والمفسِّرون، بل يواصل المسار والطريق، ويقول:

«ففي أثناء هذه السياحة تسيل الأنوار من عيون السالك وأذنه إلى لسانه، **ويشرع قلبُه بالهيمنة على سلوكه، ويغدو سلوكه وأطواره** لسانًا ناطقًا بتصديق الحقِّ سبحانه والإعلان عنه، حتى يتحوَّل هذا اللسان كقرص مرن لـ"الكلمة الطيبة".. وإذا بأنواع من أنوار مشعة تنعكس، كلَّ آن، عن شاشة الوجدان من الحقيقة المنوّرة: ﴿إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ﴾».

## المراحل السبع لتحويل المعرفة إلى سلوك:

لو سطَّرنا مراحل المعرفة حتى نصل بها إلى الفعل الحضاري، من خلال هذا الاقتباس الساطع في فكر السيد **كولن**، فستكون كالآتي:

---

12- Op cit: p88

13 – باباعمي: **مراعاة الظروف والأحوال في تفسير الآية القرآنية**، دبلوم دراسات عليا، معهد أصول الدين، الجزائر؛ 1994م.

## 1 - معرفة الحق سبحانه حق المعرفة[14]:

من خلال رؤية أسمائه الحسنى، مما عبَّر عنه بـ«**رؤية تجليات الأسماء الحسنى**»، وللأسماء الحسنى في فكر **كولن** مكانة خاصَّة[15]، إذ لا يعدُّها مجرَّد كلمات وألفاظا، وإنما يصنع منها سلالم للرقيُّ الروحيُّ والوجدانيُّ، ويبدع بها مراقي للسمو العقليِّ والحركيِّ.

ثم حدسُ هذه الأسماء، وفرق كبير بين الرؤية الحسية الظاهرية اللغوية العقلية، والحدس المعنوي الباطني الإيماني القلبي...

معرفة صفاته تعالى بعد إدراك أسمائه الحسنى، وهذه الصفات - لعظمتها - تعتبر إقليما مثيرا للإعجاب لمن وعى وتفكَّر[16].

ثم الاجتهاد في النظر إلى الأسرار والتجليات، لا إلى المظاهر والمعلومات... خلافا للكثير من مناهجنا التربوية والدعوية التي تقتصر على المعاني الخارجية العقلية العامَّة، غافلة الدلالات الخفية العميقة القلبية الخاصَّة، يقول فونسترماخر: «اختبار حالات التعلم تجعلنا نكتشف أنَّ **اعتقاد** الشخص يتدخل بصورة أساسية في التلقي، وفي تطبيق **المعرفة**»[17]، يقول هذا وهو يتأسف أنَّ نظريات التعلم تقتصر على المعارف (Les savoirs) وتغفل المعتقدات (Les croyances).

## 2 - نتقال المعرفة من المداخل إلى المخارج عبر العقل:

يقول صاحب التلال:

«ففي أثناء هذه السياحة تسيل الأنوار من عيون السالك وأذنه إلى لسانه»، فالأعين والآذان مداخل للعلم والمعرفة، منها تعبر المدركات، سواء أكانت حسية أم عقلية، دلالية أم لغوية... ثم يأتي اللسان، وهو من أبرز المخارج لهذه المدركات، فيصف ما يحدث داخل العقل وفي سويداء القلب، بأخصر عبارة، وبأوضح بيان... ولا يشترط أن يكون الواصف الناطق عالما، لكن يكفي أن يكون صادقا، ولو كان صبيا، ليخرج من فؤاده أعجب المعاني، وأوسع الدلالات... »

## 3 - حركيةٌ من اللسان مباشرة إلى الجنان والقلب:

تصير المعرفة بالإضافة إلى طابعها العقلي قلبية وجدانية سديدة، خلاف من يحبسها في الدور الفلسفي: «من الحواس والعقل، ثم من العقل إلى الحواس»، ويُلغي كلَّ ما كان وجدانيا، ويعتبره خارج دائرة الموضوعية، فيصنفه ضمن مسمَّى الذاتية التي لا تعدُّ علما عنده... وغنيٌّ عن البيان أنَّ هذا الانحراف ورَّث

---

14 – يقول في مكان آخر: «إن عبادة الله تعالى فعْل مترتب على معرفته سبحانه وتعالى»، مسجد بورنوا، 4 فبراير 1974؛ ترجمة أورخان محمد علي، موقع: http://ar.fgulen.com/content/view/749/117/، الساعة 15:20.

15 – وانظر– كولن: قوة فاعلية أسماء الله الحسنى؛ مسجد بورنوا، 6 يوليو 1976.

16 – وانظر مثلا: كولن: النور الخالد؛ ج3...وفيه حلل بعمق صفة الحلم لدى رسول الله عليه السلام، وربطها بصفة الحلم عند الله تعالى، بأسلوب بديع.

17 - Fenstermacher: **The knowledge and the known**. p 1994

البشرية ضلالا، يقول تعالى: ﴿لَهُمْ قُلُوبٌ لاَّ يَفْقَهُونَ بِهَا﴾ (سورة الأعراف: 179)، لأنهم عطّلوها وحنّطوها، ومن مات قلبه مات وجدانه.

## 4 ـ تحرُّك آلة السلوك والجوارح:

وهنا مربط الفرس، في **فكر فتح الله**، أي بعد كلِّ هذا الجهد المعرفيِّ النظريِّ، هل تتحوَّل المعارف سلوكا، وهل يتمظهر العلم عملا وتطبيقا؟

أمَّا الأستاذ كولن فيعيد السبب إلى المقدّمات الأولى: فإذا كانت المقدِّمات صحيحة سليمة كانت النتائج كذلك، وإذا كانت فاسدة سقيمة جاءت النتائج على إثرها كذلك.

وقلَّ من الناس من يغوص في الجذور؛ لأنَّ العديد من النظريات تسبح في الطرق والوسائل والمقاربات، بعيدا عن المبادئ والمنطلقات، فتصيب جزءا من الحقيقة، ولكنها لا تدرك الحقيقة ناصعة كاملة لاشية فيها.

## 5 ـ تحوُّل السلوك والأحوال إلى لسان ناطق بتصديق الحقِّ تعالى:

يندُّ عن العلوم المنطقية والعقلية وصفُ هذه المرحلة، ذلك أنها في سُلَّم المعرفة مرحلة عميقة جدا، لا ترضى بشاطئ الحياة مِثلَ أطفال صغار لا يُحسنون السباحة، بل تلِج مثل غوَّاص ماهر إلى أعماق بحارِ العقل، وإلى أغوارِ محيطاتِ القلب، فتتمثل لها الأفعال، مجسَّدةً، في صورة أقوال وكلمات... كل حركةٍ تساوي جملة معبِّرة، وكلُّ فعْل يَعْدِل نصًّا مُحْكما... إلى أن تتوحَّد اللغاتُ جميعا ـ لغةُ العقل والقلب واللسان والجوارح ـ في لغة واحدة، هي لغة تصديق الحق تعالى، تحت مُسمًّى: "الكلمة الطيبة"، وما أروع الدليلَ على ذلك في قوله جل من قائل: ﴿إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ﴾.

## 6 ـ بُدُوُّ ذلك في الأسلوب الإيماني الإيجابي للفرد والمجتمع:

لا شكَّ أنَّ من كانت أحواله، كما ذُكر، فإنه سيولد إنسانا آخر، ليس على شاكلة كلِّ مولود يوميٍّ تتقاذفه رياح العصر، لكن على شاكلة النخلة السامقة المعطاء، فيكونون كما يقول الأستاذ "كولن":

ممن «يدفعون السيئة بالحسنة، وبالكلمة الطيبة، وبسلوك الإحسان، وبالقول اللين... فيقومون بذلك بإصلاح جميع السلبيات، ويقابلون الأفكار الهدّامة بحملات البناء»[18].

## 7 ـ ميلاد حضارة إسلامية هي حضارتنا الذاتية:

كم من محاولة وتجربة خاضها العالم الإسلامي في القرون الأخيرة، لاستعادة المكانة اللائقة بالأمَّة الإسلامية، غير أنها لم تصل الغاية، وإن كنَّا لا نقول عنها إنها فشلت، بل لعلَّها تكون بوادر وبواكير

18 مجلة حراء، مقال المؤمن لا يسقط وإن اهتزَّ، عدد 17، أكتوبر ديسمبر 2009.

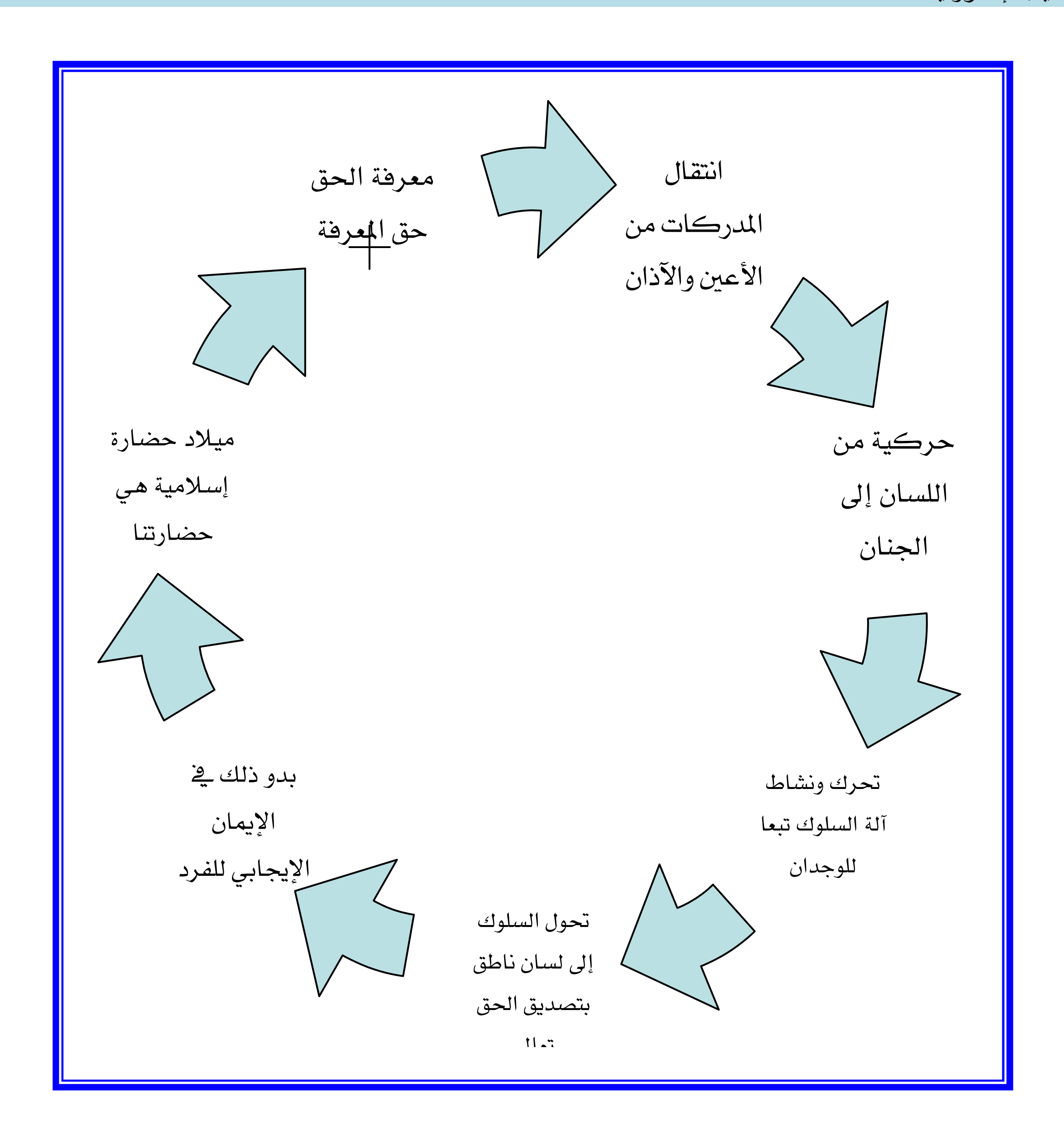
ومؤشرات للمستقبل... غير أنَّ الذي ينبغي أن ننتبه إليه اليوم، وقد تنبه له البعض، والذي ينبغي أن نعمل وفقه في منهج "الرشد"، هو: ذاتية التغيير، لقوله تعالى: ﴿**حتى يغيروا مَا بِأَنفُسِهِمْ**﴾ (سورة الرعد: 11)، فكل تغيير يأتي من الخارج هو تغيير لخلق الله، وهو تشويه لما أبدع الله.

وإذا ما توالت مراحل تحويل المعرفة إلى سلوك، وفق الخطوات السابقة، فإنَّ النتيجة تكون طبيعية، لا جدال فيها، يقول "فتح الله" في كتاب خصصه للحضارة:

«ينبغي أن يُستنفَر كلُّ مَنْ له قولٌ في الموضوع، ومهندسو عالمنا الفكري خاصَّة، بروحية النفير العام إزاء خطب داهم، وتحويل البلاد من أدناها إلى أقصاها إلى مشاغل لثقافتنا الذاتية، ومدارس لفلسفة حياتنا الذاتية، ومختبرات تركيب وتحليل لمنطقنا ومحاكمتنا العقلية الذاتِيَتَين. فإنَّ بقاءنا بذاتيتنا يمر عبر انبعاثنا بذاتيتنا. فإذا تحركنا بهذا الاتجاه، فسوف تكون ثقافتنا الرصينة، وجذورنا المعنوية والروحية، وشخصيتنا ومحتوانا، جزءًا لا يُستغنىَ عنه من الثقافة العالمية» (ونحن نبني حضارتنا).

وللقارئ أن ينتبه إلى عناوين مؤلفات "**السيد كولن**"، فهي مرتبة بناء على هذه الخطوات السبع، بداية من بناء الذات، التي يمثلها كتابه "**ونحن نقيم صرح الروح**"، وانتهاء ببناء الحضارة، الممثلة في كتاب "**ونحن نبني حضارتنا**"، وفي عمق هذه المسيرة يقع "**البيان**"، ويُحتاج إلى "**التلال الزمردية**"، ويُستضاء بـ"**النور الخالد**"، ويُخطَّط لـ"**جيل الحداثة**"، فإذا ما وقعت الحيرة وكثرت الأسئلة اُحتيج إلى الجواب عن "**أسئلة العصر المحيِّرة**"، وهي في طبيعتها متجدّدة لا تنتهي، ما دامت الحياة جادة في هرولتها نحو الفناء ووجهة الخلود والأبد.

يمكننا أن نرسم هذه الخطوات السبع، التي تعالج الإشكال الجوهريَّ لهذا المقال: **كيف نحول المعرفة إلى سلوك، والعلم إلى عمل، والفكر إلى فعل؟** بالشكل الآتي:




لو تأمّلنا الرسم البياني بعين البصيرة، فسنكتشف فيه سرًّا بديعا، وهو أنَّ "**معرفة الحقّ تعالى حق المعرفة**" هي المنطلق والأساس باعتبار، وهي المقصد والغاية باعتبار آخر، أو قُل هي في البداية بالنظر إلى مرحلة، وهي في النهاية بالنظر إلى مرحلة تالية...

وهذه الصفة التي عالجها وأبرَزَ معالمها الأستاذ، هي بمثابة "الدينامو"[19] (أي المولِّد) الكهرومغناطيسي، الذي يعرَّف أنه «عبارة عن آلة لإنتاج التيار الكهربي المستمر عن طريق الحركة، وهذه الفكرة معروفة لدى راكبي الدراجات حيث يتم تحويل الطاقة الحركية إلى طاقة كهربية»[20]. فإذا كان التيار هو الذي يضيء الليل، فإنَّه في سياقنا هو "تيار الإيمان"، و"تيار الحضارة"، والحركة عبارة عن "الاجتهاد" و"الجهاد"، فالإيمان الحقُّ يولِّد الفعل الموفَّق، والعمل الصادق يجدِّد الإيمان بالحقِّ.

19 – مخترع الدينامو هو زينوب جرامي (Zenob Gramm) 1926–1901، وقد نفذ الفكرة أول مرة عام 1971م.

وانظر– "Ouvrage collectif, *"Le Trésor, dictionnaire des sciences* © Flammarion, 1971 .

20 – نفسه

## معالجات في أصول المعرفة والسلوك:

عالجتْ آياتُ سورة الكهف، التي تعرَّضت لقصَّة موسى والخضر عليهما السلام، كلَّ الأصول النظرية للمعرفة والسلوك، فتناولت بداية أهمية الصبر في كلِّ عملية تعلُّم: ﴿**قَالَ إِنَّكَ لَن تَسْتَطِيعَ مَعِيَ صَبْرًا**﴾ (الآية: 67)، ثم بينَّت سبب عدم الصبر، وهو العجز عن إدراك حقائق الأمور وخفايا الأفعال: ﴿**وَكَيْفَ تَصْبِرُ عَلَى مَا لَمْ تُحِطْ بِهِ خُبْرًا**﴾ (الآية: 68).

ثم ركَّزت على إصرار المتلقِّي وعلى التحدِّي وسيلةً للتعلُّم، وسرًّا للنجاح: ﴿**قَالَ سَتَجِدُنِي إِن شَآءَ اللَّهُ صَابِرًا وَلَآ أَعْصِي لَكَ أَمْرًا**﴾ (الآية: 69).

ولقد أبرز الأستاذ كولن ملامح الشخصية التي تجعل من العراقيل سُلَّمًا إلى المراقي والعظائم، وقال في مقال بعنوان "رجل القلب":

«لا يقع رجل القلب في اليأس أبدا من سوء النظام الموجود، ولا يهتزُّ أبدا حتى وإن وقف الناس أجمعون ضدَّه، بل ينهض بعزم أمام جميع المصاعب، وهو يصرُّ على أسنانه متحمِّلا؛ لأنه يدرك أنَّ "هذه الدنيا ليست بدار شكوى بل دار تحمُّل"، يصبر ويبحث عن طرق بديلة لحل المشاكل التي تعترض طريقه، ولا يفتُر عزمه ولا إقدامه حتى في أحلك الظروف، بل يقوم بإنتاج إستراتيجيات مختلفة»[21].

إنَّ العبارة الأخيرة في هذا النص لا تحث فقط على تحدي الصعاب، ومغالبة المشاكل، بل تدفع إلى إنتاج "**استراتيجيات جديدة**"، وهذا لا يكفي، بل ينبغي أن تكون "**مختلفة**" عن الاستراتيجيات السابقة؛ لأنَّ من يطلب نتيجة بتكرار نفس الفعل الذي لم يُثمِر من قبلُ، فإنه يطلب المستحيل. وفي القاموس الصيني: «المجنون هو الذي يعيد نفس الفعل وينتظر نتيجة مغايرة».

## العلاقة بين المعلم والمتعلم، وأهمية الخبرة والتجربة:

تعرَّضت آيات الكهف إلى ثقة المعلِّم في المتعلم، وبداية المشوار التعلُّمي- العملي، الفكري- الحضاري، بين الطرفين، فرغم أنَّ الخضر نفى عن موسى إمكانية الصبر إلاَّ أنَّ أسلوب الثقة سمح له باختبار ما قاله، إذ ليس الهدف هو إدراك الحقيقة فقط، لكنَّ الهدف الأساس هو معرفة منهج وطريقة الوصول إلى هذه الحقيقة، فالتعليم يركز على "القدرة على الإنتاج" (CP) لا على "المنتَج" (P)[22]، ويختصر البعض هذه الإشارة في المثل الصيني: «علمني كيف أصطاد، ولا تطعمني سمكا».

ثم تأتي مرحلة التعلُّم عبر الخبرة، وهي أنَّ تعتبر عملية نقل المعلومة والمعرفة جزءًا من الحياة، لا عملية منفصلة عن الحياة، ولقد ركز كل من "رُواد نظرية بحوث الفعل"، وكذا نظرية "التعلم بالخبرة"،

---

21 – كولن: **صورة قلمية لرجل القلب**؛ ترجمة أورخان محمد علي؛ **مجلة حراء**، العدد: 14 يناير مارس، 2009؛ النسخة الالكترونية.

22 – وانظر- Stephen R. Covey: **Les sept Habitudes**, First ed. 1996, p52

ومدرسة "شنايدر"، ومدرسة "ديفلين" ومنظرو "الذاتية في التعلم"... ومن قبلهم المفكرون التربويون المسلمون، وقبل الجميع كلام الله تعالى... على ضرورة التعلُّم عن طريق الممارسة والخبرة والفعل، لا بمجرَّد نقل المعلومات، وشحنها، ثم حفظها، والاختبار فيها، ثم الانتقال إلى معلومات جديدة... فيتحوَّل صاحبها في الأخير إلى خزان للمعلومات، لا يملك القدرة الكافية على توظيفها، ولا تشغيلها في نسق آخر.

ولقد أبدع الأستاذ كولن في بيان صفات "الإنسان الجديد"، ووضع على رأسها صفة الاعتماد على التجربة جنبا إلى جنب مع اعتماده على العقل، فقال عنه:

«أجل، من بين هؤلاء الذين هجروا العقل والتفكير مندفعين خلف "الموضات" الفكرية دون أي تمحيص أو تدقيق، ومن ضمن الجماهير الفاقدة لوَعيها، الهائمة على وجهها، سيولد إنسان جديد كلَّ الجدَّة، إنسان يفكِّر ويحاسب، ويوازن ويدقِّق، **ويعتمد على التجربة قدْرَ اعتماده على العقل**، ويثق ويؤمن بالإلهام والوجدان قدر اهتمامه بالعقل والتجربة»[23].

بل إنَّ الوجود كلَّه يتحول إلى فرصة للتعلم والتلقي: والمقصد هو

«تحويل كلِّ مكان، سواء أكان مدرسةً أم مسجدا، شارعًا أم مسكنًا، إلى مراصد ترصد الحقيقة الكامنة خلف الوجود والحياة والإنسان»[24].

وينبغي أن نتنبه إلى أنَّ "الخطأ" في "الخبرة" جزء أساس من عملية التعلم والتعليم، فأخطاء موسى عليه السلام، رغم أنها وصفت بـ"عدم الصبر"، وبـ"النسيان"، وبـ"التسرع والاستعجال"... إلاَّ أنها كانت سببا لإدراك الحقائق ووسيلة لتمثُّل المعارف، فمَن خاف مِن الخطأ لم يدرك الصواب، وقد قال عمر رضي الله عنه: «ستتقطَّع عرى هذا الدين على يد أقوام لم يعرفوا الجاهلية»، ولذا فإنَّ تعلُّم الصواب دائما دون إدراك نقيضه قد يؤدي إلى الجهل بالخطأ، وبالتالي إلى الوقوع فيه ضرورة. فارتكاب الخطأ طبيعةٌ في بني البشر، والفرق بين إنسان وآخر هو الاستعداد للتصحيح لدى البعض، وعدم تقبل التصويب لدى البعض الآخر، ولذا وصف الله تعالى هؤلاء بقوله: ﴿**وَإِذَا قِيلَ لَهُ اتَّقِ اللَّهَ أَخَذَتْهُ الْعِزَّةُ بِالإِثْمِ**﴾ (سورة البقرة: 206).

## خاتمة::

انتهى هذا البحث باستخراج المراحل السبع للتلقي، ولتحويل المعلومة إلى معرفة، في فكر المجدد محمد فتح الله كولن، وتبين أنَّ نظرية المعرفة لديه تكتسي أهمية كبرى، مما يستدعي بحوثا متخصصة شاملة، تستقرئ جميع تراثه الفكري، وتقارنه بالمصلحين الآخرين، بحثا عن الخروج من مأزق اللافعالية في الفكر الإسلامي المعاصر، **وإمعانا في تحويل المعرفة إلى سلوك، والعلم إلى عمل**... وبهذا فقط تتحقق

23 – كولن: **الإنسان الجديد**؛ ترجمة هيئة تحرير المجلة؛ **مجلة حراء**، العدد: 11 أبريل–يونيو، 2008؛ النسخة الالكترونية.

24 – كولن: **لدى استكشافنا خط السير**؛ ترجمة عوني أوغلو؛ **مجلة حراء**، العدد: 4 يوليو–سبتمبر، 2006؛ النسخة الالكترونية.

غاية الإسلام من العلم والمعرفة، وترتقي الأمَّة إلى مستوى **الرشد** المنشود، الذي أنزل القرآن الكريم ليهدي العالمين إليه، إنسيِّه وجنِّيه: ﴿**إنا سمعنا قرآنا عجبا يهدي إلى الرشد، فآمنا به**﴾ (سورة الجن، آية 1).

وإنا نعوذ باللّٰه من علم لا ينفع، ونسأله أن يلهمنا رشدنا، ويهدينا سواء السبيل.


*Abstract ::*

This article tried, through Al Roshd Paradigm, to solve the problem and the paradox between the thought and the action, between knowledge and the fact in the Muslim world, and seeking the solution through the thought of Mohammed Fethullah GÜlen.

This scientific work reaches to distinguish seven steps to transform our knowledge into behaviors and actions. These steps are inducted from the books of Fethullah GÜlen and his actions during years of thinking and working.

GÜlen arrived to build this approach and established its creative mechanisms in transforming any idea into a fact, This enables Fethullah GÜlen Jama'a (Movement) to become the example of Muslims in the east and the west, and thanks to this ability of effectiveness in the GÜlen's thought; Turkey takes its position, day after day, as a leader of the Muslim world.

We are asked, today, as researchers and thinkers to study seriously this experience, in order to conclude the right methods of thinking, and the effective ways of acting.

# أثر استخدام القصص الاجتماعية المصحوبة بالموسيقى في زيادة التفاعل اللفظي مع النظير وتعديل السلوك الفوضوي لدى عينة من الأطفال التوحُديين

د. جمال السيد تفاحة

أستاذ الصحة النفسية المساعد

جامعة قناة السويس

## المقدمة::

التوحد يُعدّ اضطرابا يتميز بالتفاعلات الاجتماعية المُختّلة, والتواصل اللفظي وغير اللفظي المحدود, والنماذج المتكررة والمقيدة من السلوك. الأطفال التوحديون قد لا يكوِّنون صداقات, ويقضون معظم أوقاتهم في عزلة, أي يقضون أوقاتا أكثر مع أنفسهم عنه مع الآخرين, وقد لا ينمّون التعاطفEmpathy, أو الأشكال الأخرى من التبادل الاجتماعي Social Reciprocity. فقد يظهرون سلوكيات نمطية Stereotypical behaviors لإقصاء كل الأنشطة الأخرى, كما قد ينخرطون في الترديد المرضي لما يقوله الآخرون Echolalia, إذا كان هناك حديث أصلا, كما قد يدخلون في سلوكيات خطيرة مثل العدوانية Aggression, أو الأذى الذاتي Self – Injury (Dawn, 2008: 10). لقد سعى الباحثون في إيجاد علاجات نفسية كتدخلات من أجل الأطفال التوحديين وذوي الصعوبات النمائية الأخرى (Jacobson,2000,Green;et al 2002,Metz;et al ,2005), ومن بعض هذه التدخلات القصص الاجتماعية التي تستخدم لتعليم الأطفال التوحديين كيفية التعبير عن احتياجاتهم ورغباتهم، والتفاعل مع الآخرين . (Benavidez; et al. ,1996).

ابتكر جراى (1993) Gray القصص الاجتماعية لمخاطبة المهارات الاجتماعية لدى الأطفال التوحديين، وهي عبارة عن قصص قصيرة كتبت لوصف مواقف اجتماعية معينة تمثل إشكالية للأطفال التوحديين، وتصف القصة – والتي كتبت من وجهة نظر الطفل وعند مستواه – سلوكيات مناسبة و" الماعات Cues"مناسبة أو مثيرات مناسبة لوضع الفرصة الملائمة لهذه السلوكيات **(Gray,1995)**. ويعتقد أنَّ القصص الاجتماعية فعالة؛ لأنَّها سلوكيات معينة يفتقدها الأطفال التوحديون مثل استهلال حوار أو الاستجابة له، تغيير روتين، فهم كيف يشعر أو كيف يفكر الآخرون، وكيف يمكن الاستجابة بشكل مناسب في المواقف الاجتماعية المختلفة **(Bell,2005:24)**

ومن ثم فإنَّ البحث الحالي يحاول الكشف عن أثر استخدام القصص الاجتماعية في زيادة التفاعل اللفظي مع النظير وتعديل السلوك الفوضوي لدى عينة من الأطفال التوحديين (مرتفعي الوظيفية).

## مشكلة البحث وتساؤلاته

الأطفال التوحديون لديهم اضطرابات تعوق قدرتهم على فهم التفاعلات الاجتماعية سريعة التغير من تلقاء أنفسهم، ومن ثم لا بد من تقديم الإلماعات الاجتماعية ذات الصلة لكى تسمح لهم بصياغة الاستجابات المناسبة. إنَّ الفهم الدقيق لموقف معين ربما يمكّن هؤلاء الأطفال من أن تكون لديهم خبرات اجتماعية موجبة والتي نادرا ما يحصلون عليها. هؤلاء الأطفال يعوّلون بشكل كبير على المعلومات البصرية عند تعلم وتجهيز المعلومات، وبناء على هذه الملاحظات، يُطلب من الوالدين والمعلِّمين استخدام الطرق البصرية في التعليم، وتجنب المعلومات اللفظية ذات الخيوط الطويلة لتعليم هؤلاء الأطفال.

فى ضوء أسلوب التعلم هذا، قام جراى Gray بابتكار أسلوب بصري يساعد على تحقيق الفهم الاجتماعي كمكّون أساسي لتعليم المهارات الاجتماعية، يُطلق عليه القصص الاجتماعية Social Stories.

على الرغم من أنَّ القصص الاجتماعية أصبح أسلوبا شائعا في تنمية المهارات الاجتماعية والتواصل، وتعديل السلوك لدى التوحديين، إلا أنَّ الأدبيات الحديثة تشير إلى أنَّ الأدلة التجريبية التي تثبت جدوى أو تأثير هذا التدخل ما زالت قليلة.

و من ثم يمكن تحديد مشكلة البحث الحالي في الإجابة على التساؤلات الآتية:

هل توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في التفاعل اللفظي مع النظير في القياس البعدي؟

هل توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في السلوك الفوضوي في القياس البعدي؟

هل توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في التفاعل اللفظي مع النظير في القياسين القبلي والبعدي؟

هل توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في السلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي؟

## أهداف البحث:

تتمثل الأهداف الإجرائية للبحث في الآتي:

الكشف عن الفروق بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في التفاعل اللفظي مع النظير والسلوك الفوضوي في القياس البعدي.

الكشف عن الفروق بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في التفاعل اللفظي مع النظير والسلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي.

## أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث الحالي فيما يأتي:

مساعدة الأطفال التوحديين كغيرهم من الأطفال العاديين على تنمية التفاعلات الاجتماعية مع الآخرين وتعديل السلوك الفوضوي والاستفادة من ذلك في مختلف أنشطة الحياة اليومية.

لفت الانتباه إلى إمكانية تنمية المهارات الاجتماعية وتعديل السلوك الفوضوي من خلال تدريبات القصة الاجتماعية لدى الأطفال التوحديين.

توجيه نظر مخططي برامج التربية الخاصة الموجهة للأطفال التوحديين إلى التركيز على نتائج البحث الحالي، وغيره من البحوث موضع الاهتمام، عند إعدادهم للبرامج التي تهدف إلى تنمية المهارات الاجتماعية وتعديل السلوك الفوضوي.

تقديم دليل للمعلم والمربي يوضح كيفية تدريب الأطفال التوحديين من خلال القصة الاجتماعية لما لها من تأثير فعال على تنمية المهارات الاجتماعية وتعديل السلوك الفوضوي لديهم.

## مصطلحات البحث:

**القصة الاجتماعية** Social Story

تعرف القصة الاجتماعية بأنها"قصة قصيرة تصف عن قصد موقفا اجتماعيا وتحدد المهارات الاجتماعية المرغوب فيه".

**التفاعل اللفظي** Verbal Interaction

يعرَّف **التفاعل اللفظي** في البحث الحالي إجرائيا بأنه"استخدام الطفل التوحدي لكلمة أو مجموعة من الكلمات أو الجمل البسيطة بغرض التفاعل اللفظي مع النظير" ويقاس بالدرجة التي يحصل عليها الطفل التوحدي على مقياس ملاحظة المعلم للتفاعل اللفظي للطفل التوحدي (إعداد/ الباحث)

**السلوك الفوضوي** Disruptive Behaviour

يُعرَّف السلوك الفوضوي إجرائيا بأنه"مجموعة الأقوال والأفعال التي تصدر عن الطفل التوحدي والتى من شأنها إشاعة الفوضى داخل حجرة الدراسة" ويُقاس بالدرجة التي يحصل عليها التلميذ على مقياس تقدير المعلم للسلوك الفوضوي للطفل التوحدي (إعداد/ الباحث)

**الأطفال التوحديون مرتفعو الوظيفية** Autistic Children With High Functioning

يمكن تعريفهم بأنهم"أولئك الأطفال الذين تتراوح نسبة ذكائهم ما بين (75- 85) على اختبار القدرات العقلية، ويطلق عليهم فئة مرتفعي الوظيفية لما لديهم من القدرة على إمكانية الاستفادة من برامج التربية الخاصة التي تتناسب مع مستوياتهم وقدراتهم، ويقيمون إقامة داخلية بمدارس التربية الفكرية بمحافظة كفر الشيخ".

## حدود البحث:

يتحدَّد البحث الحالي بالعينة، وعددها (10) تلاميذ من التوحديين مرتفعي الوظيفية، والمقيمين إقامة داخلية بمدرسة التربية الفكرية بمدينة بلطيم، تتراوح نسبة ذكائهم ما بين (75- 85)، بمتوسط قدره (81.10) وبانحراف معياري قدره (4.14)، وقد تراوحت أعمارهم الزمنية ما بين (108 - 132) شهرا، بمتوسط (122.80) شهرا، وبانحراف معياري (9.21)، ولقد تم مجانستهم في المتغيرات التالية: العمر الزمني، نسبة الذكاء، التفاعل اللفظي، والسلوك الفوضوي قبل بداية التدريب. كما أنَّ النتائج محكومة بكل من: محتوى البرنامج التدريبي، والأدوات المستخدمة، والمفاهيم النظرية والأهداف، والفروض الخاصة بها، والأساليب الإحصائية المستخدمة في معالجة بيانات البحث.

## الإطار النظري والبحوث السابقة

### أولا: الإطار النظري

**القصص الاجتماعية** Social Stories

تتمثل فكرة القصص الاجتماعية في أنها طريقة سريعة وسهلة لإحداث التغيير المفاجئ والمثير للسلوك لدى الأطفال التوحديين. والقصص الاجتماعي – بوجه عام – عبارة عن"قصص" قصيرة كتبت لوصف مواقف اجتماعية معينة عرف بأنها إشكالية للأطفال التوحديين. فالقصة – التي تكتب من وجهة نظر الطفل وعند مستواه – تصف السلوكيات المناسبة، و" الإلماعات Cues"المناسبة أو المثيرات Stimuli المناسبة لوضع الفرصة الملائمة لهذه السلوكيات **(Gray ,1995:23)**. أقام جراي هذا على الأدلة المشتقة من البحوث التجريبية التي أجراها الباحثون النمائيون في نظرية العقل Theory Of Mind, فقد تم استخدام القصص الاجتماعية – بدرجات متباينة من النجاح – لتدريس مهارات اجتماعية معينة، وتقديم تعليم في السلوك المناسب أثناء أنشطة معينة (مثل وقت النوم، الذهاب إلي طبيب الأسنان، ووقت تناول العشاء)، لإعداد الموضوعات للأنشطة الجديدة، ولتعليم سلوكيات مثل استبدال السلوكيات المستهدفة غير الملائمة لدى الأطفال التوحديين (مثل التحديق غير الملائم، الصياح، قلب المقاعد).

(Thiemann&Goldstein,2001 ;Scattone et al ,2002;Ivey et al ,2004
(;Burke et al ,2004 ;Sansosti & Powell –Smith,2006

### 1 0 1 إعداد التدخل القائم على القصة الاجتماعية

اقترح جرايGray (1995,1998) خطوتين لعمل قصة اجتماعية. **الخطوة الأولى** تتمثل في تحديد الموضوع الذي سوف تركز عليه القصة بشكل إجمالي. فمن الممكن أن يكون مهارة اجتماعية أو موقفا اجتماعيا يصعب على الطفل حتى في حالة التدخل. ومن بين الموضوعات الأخرى الممكنة: المواقف المستقبلية مثل المهارات الاجتماعية الجديدة أو المواقف الاجتماعية الجديدة. متى تم تحديد الموضوع، **فإنَّ الخطوة الثانية** تنطوي على جمع المعلومات، ويتم عادة الحصول على المعلومات المفصلة من خلال الملاحظات المباشرة والمقابلات الشخصية مع الأفراد المعنيين، ومن المعلومات الهامة تتابع الأحداث، الإلماعات وثيقة الصلة بالموضوع، وقدرات الطفل، واهتماماته، والاستجابات التي يقدمها للموقف. وآخر شيء وليس الأقل وهو منظور الطفل فيما يتعلق بالمهارة أو الموقف المستهدف.

ويشير جراي Gray (1993,1995,1998) بشكل ثابت على أنَّ منظور الطفل هو العامل الأكثر أهمية في كتابة قصة اجتماعية فعالة، وكلما كان فهم المؤلف لمدركات ومشاعر الطفل أكثر شمولا، كلما كانت الفرصة أكبر لتقديم معلومات دقيقة ذات فائدة للطفل، وعندما يبدأ المؤلف بمنظور الطفل، فإنه يصبح قادراً على دمج المعلومات الضرورية في القصة الاجتماعية التي حاكها الطفل. فكل قصة تكتب ضمن مستوى فهم الطفل، باستخدام مفردات لغوية، حجم طباعة مناسب لقدراته والخصائص الشخصية الأخرى (Gray&Garand ,1993:5). والجدول الآتي يلخّص الأنواع الأربعة الرئيسية للجمل المستخدمة في القصة الاجتماعية، مع أمثلة لكل نوع منها.

جدول (1) الجمل الرئيسية في القصة الاجتماعية (Brownell ,2002:124)

| نوع الجملة | وظيفة الجملة | مثال |
|---|---|---|
| وصفية Descriptive | • تعرف بشكل غرضي مكان وقوع الحدث، والأشخاص المعنيون بالحدث، وماذا يفعلون، ولماذا. | " في مدرستي حجرات كثيرة |
| منظورية Perspective | • تصف الحالات الداخلية للفرد، مثل الحالة الفيزيقية للفرد أو رغباته، المنظور الإدراكي، الأفكار، المشاعر أو المعتقدات والدوافع. | " الأطفال جوعى" |
| توجيهية Directive | • تعرّف بشكل مباشر ما هو متوقع كاستجابة لإلماعة معينة أو موقف. | "سوف أحاول أن أتكلم بهدوء بالداخل" |
| ضابطة Control | • يكتبها الطفل عادة من خلال التشابهات لتحديد الاستراتيجيات التي سوف يستخدمها في استدعاء المعلومات في القصة الاجتماعية، ليطمئن ذاته أو يحدد استجابته. | "العشاء والسلحفاة كلاهما بطيء" |

كلُّ نوع من الجمل له وظيفة معينة. ولا يعني ذلك أنَّ كل قصة اجتماعية لا بد أن تحوي كل هذه الأنواع الأربعة. فالمؤلف يمكنه أن يستخدم ائتلافا من هذه الأنواع المختلفة من الجمل لإعداد قصة لمخاطبة المجموعة الموضوعة للطفل بشكل أكثر فعالية. ومع ذلك، فإنَّ نسبة الجمل الوصفية، المنظورية، التوجيهية، والضابطة في القصة الاجتماعية ككل في حاجة إلى أن تطابق"نسبة القصة الاجتماعية"من (2- 5) جمل وصفية أو منظورية ومن (صفر- 1) جملة توجيهية أو ضابطة" (Gray ,1998:174)، والمقصود من هذه النسبة هو ضمان التأكيد على أنَّ كلَّ قصة تصف أكثر ما توجه، ولكي يعطي الأطفال التوحديون الفرصة الأكبر لتحديد استجابتهم الاجتماعية لموقف معين، فإنه ينبغي كتابة الجمل التوجيهية بنغمة إيجابية مكشوفة وليس كأمر.

فالعبارات التي تبدأ ب"أحاول أن" أو" ينبغي علي...." أو "سوف أعمل في.....". أيضا ينبغي تجنب مصطلحات مثل "دائما" أو "سوف" والتي ينتج عنها تفسيرات جامدة لمصلحة مصطلحات مثل "عادة" و "أحيانا" (Gray,1995:36)، ومتى تم إعداد القصة أو ابتكارها، فإنه يتم آنذاك قراءتها للطفل أو يقرأها الطفل بنفسه. مع الأخذ في الاعتبار أنَّ المراجعة مستقلة عن موضوع القصة. على سبيل المثال، القصة التي تصف

حدثا يوميا أو أسبوعيا يجب مراجعتها قبل هذا الحدث (Gray,1998:176)، واقترح جراي وجاراند Gray & Garand (1993:6) ثلاث طرق رئيسية لتقديم المعلومات الاجتماعية للأطفال التوحديين لتجهيز مهارات القراءة والفهم المختلفة، فبالنسبة للأطفال المستقلين، فإنَّ كتاب القصة الاجتماعية المطبوع يكفي. أمَّا بالنسبة للأطفال الذين لا يستطيعون القراءة بشكل مستقل، ويستمتعون بالأشرطة السمعية، يمكن تسجيل القصة على شريط كاسيت مع جرس يشير إلى قلب الصفحات. ثم بعد ذلك يمكن للطفل قراءة القصة مع الكاسيت المرافق، وبالنسبة للأطفال الذين لا يستطيعون القراءة، ويستمتعون بمشاهدة التلفزيون، يمكن تسجيل صفحات الكتاب على شريط فيديو.

وعلى الرغم من أنَّ المداخل سالفة الذكر تستخدم بشكل متكرر مع الأطفال التوحديين، فإنه يتم تشجيع الوالدين أو المتخصصين على أن يكونوا مبتكرين في تقديم المعلومات بحيث تزيد من دافعية الأطفال للانتباه للقصة الاجتماعية (Gray,1998:177). كما يمكن للوالدين أو المتخصصين مزاوجة القصص الاجتماعية مع نظام بسيط من التعزيز أو برنامج طارئ من الأنشطة لتعزيز فعالية التدخل (Simpson,1993:15)، ولا يوصي باستخدام وسائل الإيضاح في القصص الاجتماعية في بداية إعداد الأسلوب بسبب شرود الذهن أو التفسير غير الدقيق للموقف بناء على الإيضاحات (Gray &Garand,1993)

ومع ذلك ورغم أنَّ العديد من الدراسات تدعم معنى قدرات التعلم البصري للأطفال التوحديين، فإنَّ مبتكر هذا الأسلوب ذكر في مقالة له بأنَّ "القصص الاجتماعية...استراتيجيات تعتمد على البصر وتتطلب من الوالدين والمهنيين والأطفال التوحديين مرتفعي الوظيفية وذوي متلازمة اسبرجر توصيل المفاهيم، والأفكار بدعم من الكلمات المكتوبة، والإيضاحات البسيطة، والرموز..." (Gray,1998,170)، وعلى الرغم من أنَّ الإيضاحات قد تضيف الاهتمام والدعم البصري للمفاهيم المعروضة، فإنَّه يُوصي بأن تكون كل الإيضاحات بسيطة لتجنب تركيز الأطفال على التفاصيل التي ليس لها صلة بالموضوع.

### 1 0 2 التواصل لدى التوحديين

التواصل عملية نشطة وتبادلية، وجودة التفاعلات الاجتماعية – التواصلية مختلفة بشكل ملحوظ لدى الأطفال التوحديين. بالإضافة إلى القصور الاجتماعي – التواصلي الرئيسي (الانتباه المشترك، التقليد، استخدام السلوكيات غير اللفظية المتعددة)، فإنَّ المحكات التشخيصية للتوحديين تشتمل على"اضطرابات واضحة في القدرة على التقليد أو الإبقاء على محادثة مع الآخرين" والاستخدام النمطي والمتكرر للغة أو اللغة الخاصة (Cheng ,2004,8)

إنَّ اكتساب مهارات التواصل غالبا ما يتبع مسلكا نمائيا فريدا للأطفال التوحديين، كما نلاحظ مشكلات في نماذج التفاعل، وبرغم محاولة الأطفال التوحديون فهم المقاصد والحالات الداخلية والمعنى للسلوكيات الوجدانية والتواصلية للآخرين، فإن قدرتهم على المشاركة في التفاعلات الاجتماعية – التواصلية مضطربة بشكل كبير (Frith,1989:36). إنَّ استهلال التفاعل مهارة ضعيفة جدا لدى الأطفال التوحديين. ففي دراسة أجراها هوك ورفاقهHauck et al (1995:582) لمقارنة التفاعلات الاجتماعية لدى

الأطفال التوحديين والمتخلفين تبين أنَّ التوحديين ينخرطون في استهلالات طقوسية Ritualized initiations وأظهروا زيادة كبيرة في الاستهلالات عندما ذكروا بالتفاعل مع النظائر. وفي دراسة أخرى تبين أن التوحديين يظهرون نجاحا في الاستجابة لشركاء التواصل أكبر من الاستهلال الاجتماعي (Layton & Watson ,1995:85) علاوة على ذلك، فإنَّ سلوك التواصل غير اللفظي لديهم مقصور على سياقات معينة. على سبيل المثال، فإنه يتم استخدام التحدق بالعين، والإشارة لغرض الطلب أو الرفض، وليس المشاركة بالمعلومات والمشاعر(Wetherby ,1986, Wetherby & Rodriquez ,1992, Wetherby & Prizant, 2001)، ويميل الأطفال التوحديون إلى طلب الأشياء واللعب، والطعام ومساعدة الكبار، ولكن نادرا ما يعلقون تلقائيا على شيء يهمهم، أو التعبير عن المشاعر، أو التواصل بالعين، أو الابتسامة، أو استخدام عبارات قبل اجتماعية (مثل شكرا، إلى لقاء) (Hobson & Lee,1998:1134)، وربما يستخدم الطفل الإشارة إلى طلب شيء ما بعيدا عنه، ولكن لا يلفت نظر شخص آخر إلى ذلك الشيء محل الاهتمام (Cheng ,2004:12).

### 3.1 العلاج بالموسيقى لدى الأطفال التوحديين

وفقا للبروفيل الإحصائى المُعلن عنه من قبل الجمعية الأمريكية للعلاج بالموسيقى في عام 2005، فإنَّ التوحديين أحد الأفراد الذين يعنى بهم المعالجون بالموسيقى Music Therapists. كما لخّصت الجمعية فوائد هذا العمل مع الأطفال التوحديين (AMTA, 2005). ومن الناحية التجريبية، فانَّ التحليل البعدى Meta-Analysis الذي يتعلق بالموسيقى في التدخل للأطفال والمراهقين التوحديين والذي أجراه ويبل Whipple (2004). أشار إلى أن استخدام الموسيقى في علاج هؤلاء الأفراد كان مفيدا وفعالا.

و عادة ما يتم استخدام الموسيقى والأنشطة الموسيقية مع الأطفال التوحديين في سبيل تحقيق التغيرات السلوكية المطلوبة بما يمكن أن يساعدهم على تحقيق التكيف، والسلوك بطريقة أفضل في بيئتهم. ونظرا لقصور التواصل وخاصة اللفظي لدى هؤلاء الأطفال فإنَّ الموسيقى قد تعمل في الواقع على تنمية وتحسين مستوى النمو اللغوي لديهم حيث تزداد مفرداتهم اللغوية، ويزداد كم التراكيب اللغوية التي يأتون بها بغض النظر عن صحتها وذلك من خلال التكرار أو الترديد المستمر للكلمات المنغمة، والأغاني البسيطة، والأناشيد القصيرة... الأمر الذي غالبا ما يكون شأنه أن يسهم بصورة دالة في تنمية وتحسين أساليب التواصل من جانب هؤلاء الأطفال (عادل عبد الله وإيهاب عاطف، 2008)

### 4 0 1 القصص الاجتماعية، تعديل السلوك، التواصل اللفظي، واستخدام الموسيقى لدى التوحديين (التأثير والتأثر)

قد يكون للأطفال التوحديين احتياجات تعليمية فريدة، ومن ثم فإنَّ القصص الاجتماعية ربما تقدم إستراتيجية فعالة لتحسين التفاعل الاجتماعي اللفظي لدى هذا الصنف من الأطفال (Ozdemir & Bolumu ,2008:128)، حيث قام بعض الباحثين بدراسة فعالية استخدام القصص الاجتماعية مع الأطفال التوحديين. وأشارت نتائج دراساتهم أنَّ القصص الاجتماعية فعالة في الحد من السلوك العدواني

(Adams,Gouvousis,Van Lue & Waldron,2004 ;Gray & Garand,1993; Romano,2002;Rowe ,1999) وزيادة السلوكيات المرغوب فيها (Agosta ,Graetz ,Mastropieri & Scruggs ,2004 ; Graetz,2003 ;Kuoch & Mirenda, 2003)،وزيادة استخدام المهارات المرغوب فيها (Barry & Burley,2004 ; Hagiwara,1998; Pettigrew,1998)، وزيادة سلوك تقديم التحية للآخرين، واستهلال أنشطة اللعب (Feinberg,2001)، وزيادة التفاعلات الاجتماعية (Ting,2006)،ومهارات التواصل ((Thiermann & Goldstein,2001; Adams et al, 2004

أمَّا عن الموسيقى والعلاج بالموسيقى، فقد وجد بوداى (1995) Buday أنَّ عدد كلمات الإشارة وعدد الكلمات المنطوقة الصادرة عن الأطفال التوحديين كان أعلى بشكل دال عند استخدام النص المصحوب بالموسيقى المُغنى مقارنة بالنص المقروء بشكل عادى. كما أشارت نتائج دراسة تشان (2005) Chan إلى فعالية القصص الاجتماعية المصحوبة بالموسيقى في تعديل المشكلات السلوكية لدى الأطفال التوحديين.

**ثانيا: بحوث سابقة**

بحث ثايمان وجولدستين (2001) Thiemann &Goldstein تأثير النص المكتوب, والإلماعات المصورة مع التغذية الراجعة التكميلية بالفيديو على التواصل الاجتماعى. أجريت الدراسة على عينة قوامها (5) أطفال توحديين, و(10) أطفال من العاديين, بحيث تتكون ثالوث (مجموعة من ثلاثة أفراد) من طفل توحدي وطفلين عاديين. تم تطبيق المعالجة مرتين في الأسبوع. انقسمت الجلسة الواحدة في الوقت إلى عشر دقائق تدريسا نظاميا باستخدام المثيرات البصرية, وعشرة دقائق تفاعل اجتماعي, وعشرة دقائق تقييم ذاتي باستخدام التغذية الراجعة بالفيديو. توصلت النتائج إلى تحسن في مهارات التواصل الاجتماعي.

كما هدفت دراسة براونيل (2002) Brownell إلى الكشف عن أثر القصص الاجتماعية المصحوبة بالموسيقى في تعديل سلوكيات الأطفال التوحديين. تكونت العينة من (4) أطفال من التوحديين في مدرسة ابتدائية بولاية أيوا الأمريكية. تم قراءة القصة المصحوبة بالموسيقى على الأطفال المستهدفين. أشارت النتائج إلى أن القصص الاجتماعية المصحوبة بالموسيقى خيار معالجة فعال بتعديل سلوكيات الأطفال التوحديين.

كما سعت دراسة بيل (2005) Bell إلى الكشف عن أثر القصص الاجتماعية في تعديل السلوكيات الإشكالية لدى الأطفال التوحديين. أجريت الدراسة على عينة قوامها (3) أطفال من التوحديين تتراوح أعمارهم بين 7- 11 عاما. توصلت النتائج إلى أنَّ سلوك البقاء في المهمة قد ازداد نتيجة لتطبيق التدخل القائم على القصة الاجتماعية.

**كما سعى** تشان (2005) Chan إلى الكشف عن أثر القصص الاجتماعية مشفوعا بالموسيقى على تعديل سلوك الأطفال التوحديين في بيئة المنزل. أجريت الدراسة على عينة قوامها (4) أطفال من التوحديين في هونج كونج. قام كل والد بكتابة قصة فردية لكل طفل لتعديل مشكلة سلوكية معينة. اشارت النتائج

إلى ان اشكال القصة الاجتماعية المنطوقة أو المنشودة كانت ناجحة في تعديل الشسلوك الاشكالى لدى الأطفال التوحديين.

كما سعى ديلانو & سنيل (2006) Delano& Snell إلى الكشف عن تأثير القصص الاجتماعية على المشاركة الاجتماعية للأطفال التوحديين. أُجريت الدراسة على عينة قوامها (3) أطفال توحديين بالمدرسة الابتدائية المهارات الاجتماعية المستهدفة تمثلت في طلب الانتباه، التعليقات، طرح أسئلة، وعمل استجابات غير متوقعة. توصلت النتائج إلى أنَّه – وفقا للتدخل الذي اشتمل على قراءة القصة الاجتماعية بشكل فردي، والإجابة على أسئلة الفهم، والمشاركة في جلسة لعب مدَّتها عشر دقائق، قد ازداد الفترة الزمنية للمشاركة الاجتماعية مع النظير المدرب ومع نظير جديد. كما ازدادت المهارات الاجتماعية المستهدفة أثناء جلسات اللعب التي كانت مدتها عشر دقائق، وذلك بعد التدخل.

هدفت دراسة ووشبيرن (2006) Washburn إلى الكشف عن أثر التدخل القائم على القصة الاجتماعية في اكتساب المهارات الاجتماعية لدى المراهقين ذوي متلازمة اسبرجر. تكونت العينة من (4) مراهقين ذوى متلازمة اسبرجر. توصلت النتائج إلى تحسن دال في السلوكيات الاجتماعية المستهدفة نتيجة للتدخل القائم على القصة الاجتماعية.

كما سعى رايت (2007) Wright إلى الكشف عن أثر القصص الاجتماعية في الحدّ من السلوك المُشكل وزيادة السلوك قبل الاجتماعي لدى الأطفال التوحديين. أجريت الدراسة على عينة قوامها (4) أطفال من التوحديين. أشارت إلى أنَّ التدخل القائم على القصة الاجتماعية كان فعالا في زيادة معدلات السلوك القبل اجتماعي لدى الأطفال التوحديين المشاركين في الدراسة.

كما درس اوزديمر OZDEMIR (2008) أثر القصص الاجتماعية باستخدام الوسائط المتعددة على دوام المشاركة الاجتماعية المناسبة. أجريت الدراسة على عينة قوامها (3) أطفال من التوحديين. قام الباحث بملاحظة الأطفال على مدار أسبوعين ودون الأنشطة التي يفضلها الطفل، والمواد التي عالجها الطفل المستهدف يدويا. أشارت النتائج إلى أنَّ التدخل القائم على القصص الاجتماعية قد زاد من دوام المشاركة الاجتماعية المناسبة لدى الأطفال التوحديين المشاركين في الدراسة.

و باستخدام استراتيجية أخرى بجانب القصص الاجتماعية، قام تشان (2008) Chan بمقارنة تأثير القصة الاجتماعية والمعززات المصورة على سلوكيات البعد عن المهمة لدى أطفال الصف الثاني التوحديين. أُستخدمت الدراسة التصميم التجريبى: قبلي وبعدي وتتبعي. أجريت الدراسة على عينة قوامها (4) أطفال من التوحديين. توصلت النتائج إلى أنَّ القصص الاجتماعية والمعززات المصورة قد أدت إلى الحد من سلوكيات البعد عن المهمة لدى الأطفال المستهدفين.

و في دراسة حالة لطفل توحدي، درس ليي (2008) Lee أثر دمج استراتيجيات خريطة المفاهيم في تدريس القصص الاجتماعية لطفل توحدي في المرحلة الابتدائية على تعزيز تفاعلاته الاجتماعية مع أحد الأقران. تلقى الطفل – وهو طفل توحدي في الصف الخامس وضع في حجرة دراسة منتظمة ويتلقى تربية خاصة – تدريسا استمر لمدة عشرة أسابيع. أستخدم الباحث التصميم التجريبي: قبلي وبعدي وتتبعي. السلوكيات

الاجتماعية المدروسة هى: إلقاء الطفل التحية على النظير, ومشاركته في الألعاب, ودعوته للعب بالبطاقات الورقية. توصلت النتائج إلى أنَّ دمج استراتيجيات خريطة المفاهيم في تدريس القصص الاجتماعية قد أدَّى إلى تحسن التفاعل الاجتماعى مع النظير.

كما هدفت دراسة ووتس Watts (2008) إلى الكشف عن فعالية التدخل القائم على القصص الاجتماعية في الحد من السلوك الفوضوي التخريبي لدى الأطفال التوحديين. أجريت الدراسة على عينة قوامها (6) أطفال من التوحديين. أشارت النتائج إلى فعالية أسلوب القصص الاجتماعية في الحد من السلوك الفوضوي التخريبي لدى الأطفال التوحديين.

## التعليق على البحوث السابقة وأوجه الاستفادة في البحث الحالي

قام الباحث الحالي باستعراض البحوث السابقة من خلال النظر إلى أبعادها الرئيسية, والتي تتمثل في الآتي:

**أولاً: بالنسبة للأهداف:**

اختلفت البحوث في أهدافها, ولكنها ركزت على مناح محددة تتمثل في الآتي:

تأثير النص المكتوب, والإلماعات المصورة مع التغذية الراجعة التكميلية بالفيديو على التواصل الاجتماعى (Thiemann &Goldstein, 2001)

أثر القصص الاجتماعية المكتوبة وفقا لجراى Gray (1998) لمخاطبة السلوكيات الإشكالية لدى الأطفال التوحديين (Bell, 2005)

أثر القصص الاجتماعية مشفوعا بالموسيقى على تعديل سلوك الأطفال التوحديين في بيئة المنزل (Chan, 2005)

تأثير القصص الاجتماعية على المشاركة الاجتماعية للأطفال التوحديين **(Delano& Snell, 2006)**

اثر التدخل القائم على القصة الاجتماعية في اكتساب المهارات الاجتماعية لدى المراهقين ذوى متلازمة اسبرجر (Washburn, 2006)

أثر القصص الاجتماعية في الحدّ من السلوك المُشكل وزيادة السلوك قبل الاجتماعي لدى الأطفال التوحديين (Wright, 2007)

أثر القصص الاجتماعية باستخدام الوسائط المتعددة على دوام المشاركة الاجتماعية المناسبة (OZDEMIR, 2008)

مقارنة تأثير القصة الاجتماعية والمعززات المصورة على سلوكيات البعد عن المهمة لدى أطفال الصف الثاني التوحديين (Chen, 2008)

أثر دمج استراتيجيات خريطة المفاهيم في تدريس القصص الاجتماعية لطفل توحدي في المرحلة الابتدائية على تعزيز تفاعلاته الاجتماعية مع أحد الأقران (Lee, 2008)

وقد استفاد الباحث الحالي من استعراض هذا التراث السيكولوجي في تحديد أهداف بحثه.

**ثانياً- بالنسبة للعينة:**

1- تناولت البحوث السابقة الأطفال التوحديين, وذوي متلازمة اسبرجر. وأفاد الباحث في تحديد الفئة المستهدفة (الأطفال التوحديين)

2- جاءت العينات بشكل إجمالي في كل البحوث التي تم استعراضها صغيرة. وقد أفاد الباحث في تحديد عدد العينة المستهدفة (5 أطفال في البحث الحالي)

**ثالثاً: بالنسبة للنتائج:**

تشير النتائج إلى فعالية التدريب القائم على القصص الاجتماعية في اكتساب وتحسين المهارات الاجتماعية، والتواصل وتعديل السلوك المُستهدف. وقد أفاد الباحث نتائج البحوث السابقة في صياغة الفروض.

**رابعا: أوجه الشبه والاختلاف بين البحث الحالي والبحوث السابقة (للوصول إلى صياغة الفروض):**

تناولت البحوث السابقة بالدراسة الأطفال التوحديين (باستثناء دراسة Washburn) وأيضا البحث الحالي يتناول بالدراسة الأطفال التوحديين.

إن كانت البحوث السابقة تناولت الأطفال التوحديين واتفق البحث الحالي معها, إلاَّ أنَّه اختلف معها في طبيعة العينة، حيث التوحديين مرتفعي الوظيفية.

يختلف البحث الحالي مع البحوث السابقة من حيث التصميم التجريبي حيث يتناول تصميم المجموعتين تجريبية وضابطة, وهذا ما لم يتحقق في البحوث السابقة.

يتناول البحث الحالي متغيرين تابعين (التفاعل اللفظي، وتعديل السلوك) وهذا ما لم يتحقق في البحوث السابقة.

## فروض البحث:

توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في السلوك الفوضوي في القياس البعدي **لصالح المجموعة التجريبية**.

توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في التفاعل اللفظي مع النظير في القياس البعدي **لصالح المجموعة التجريبية.**

توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في السلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي لصالح البعدي.

توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في التفاعل اللفظي مع النظير في القياسين القبلي والبعدي لصالح البعدي.

## إجراءات البحث

### أولا: عينة البحث

تكونت عينة البحث الحالي في صورتها النهائية من (10) تلاميذ من التوحديين مرتفعي الوظيفية [25] وقد سحبت هذه العينة الكلية المبدئية والتي كان عددها (390) تلميذا يمثلون تلاميذ التربية الفكرية من ست مدارس فكرية بمحافظة كفر الشيخ في النصف الدراسي الثاني للعام الدراسي 2007- 2008 وهي مدارس: بلطيم، الزعفران، كفر الشيخ، منية المرشد، فوة، وقلين. وقد مر اختيار وتشخيص العينة الأساسية للبحث بعدة مراحل: بعد تحديد المدارس المستهدفة، تم بمساعدة إدارات المدارس المعنية إرسال عدد (390) نسخة من قائمة تقييم أعراض اضطراب التوحد (إعداد / عادل عبد الله، 2003) بالبريد إلى ولي أمر كل طفل لملئها. وقد تم إعادة (284) قائمة. وبعد فرز كل قائمة، بلغ عدد التلاميذ وفقا لهذا الإجراء (83) تلميذا. ثم تم تطبيق **اختبار المصفوفات المتتابعة الملونة لرافن** (J. C. Raven) (إعداد وتقنين **أحمد عثمان صالح**، 1988)،، وتم اختيار التلاميذ مرتفعي الوظيفية الحاصلين على نسب ذكاء تتراوح بين (70- 85)، وقد بلغ عدد التلاميذ وفقا لهذا الإجراء (61) تلميذا. ثم تم تطبيق مقياس تقدير المعلم للمهارات الاجتماعية للطفل التوحدي، وتم استبعاد (12) تلميذا حصلوا على درجات اقل من متوسط المجموعة، ومن ثم تبقى عدد(49) تلميذا. ثم تم تطبيق مقياس تقدير المعلم للتواصل اللفظي لدى الطفل التوحدي، وتم استبعاد (9) تلاميذ حصلوا على درجات أقل من متوسط المجموعة. ومن ثم تبقى عدد (10) تلاميذ (2 إناث + 8 ذكور: من المدرسة الفكرية ببلطيم). تم تقسيم عينة البحث عشوائيا إلى مجموعتين: (أ) مجموعة تجريبية (ن =5، 1 أنثى + 4 ذكور) (ب) مجموعة ضابطة: (ن= 5، 1 أنثى + 4 ذكور). وقد تم مجانسة العينة في متغيرات العمر الزمني، نسبة الذكاء، مقياس تقدير المعلم للمهارات الاجتماعية للطفل التوحدي (القياس القبلي) ومقياس تقدير المعلم للتواصل اللفظي لدى الطفل التوحدي (القياس القبلي). والجدولان التاليان يوضحان نتائج هذا الإجراء:

---

[25] تم اختيار التلميذ التوحدي مرتفع الوظيفية حيث يمكنه التحدث بلغة مفهومة نسبيا كما يمكنه الاستجابة والكتابة بشكل جيد (Schneider,2003,16)

**جدول (2)**

**نتائج مجانسة أفراد المجموعتين (التجريبية –الضابطة) في متغيري العمر الزمني (بالشهور) والذكاء**

| المتغير | المجموعة | ن | متوسط الرتب | مجموع الرتب | معامل مان ويتني | قيمة Z | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العمر الزمني | ت<br>ض | 5<br>5 | 5.60<br>5.40 | 28.00<br>27.00 | 12.000 | – 0.113 | 0.910<br>غير دالة |
| الذكاء | ت<br>ض | 5<br>5 | 5.10<br>5.90 | 25.50<br>29.50 | 10.500 | – 0.422 | 0.690<br>غير دالة |

من الجدول السابق يتضح أن قيمة "Z" لم ترق لمستوى الدلالة مما يدل على تكافؤ المجموعتين في متغيري العمر الزمني والذكاء.

**جدول (3)**

**نتائج أفراد المجموعتين (التجريبية – الضابطة) في متغيري السلوك الفوضوي التفاعل اللفظي**

**مع النظير في القياس القبلي:**

| المتغير | المجموعة | ن | متوسط الرتب | مجموع الرتب | معامل مان ويتني | قيمةZ | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| السلوك الفوضوي التفاعل اللفظي مع النظير | ت<br>ض | 5<br>5 | 6.00<br>5.00 | 30.00<br>25.00 | 10.000 | – 0.532 | 0.595<br>غير دالة |
| | ت<br>ض | 5<br>5 | 5.30<br>5.70 | 26.50<br>28.50 | 11.500 | – 0.219 | 0.827<br>غير دالة |

من الجدولين السابقين يتضح أن قيمة"Z" لم ترق لمستوى الدلالة مما يدل على تكافؤ المجموعتين في متغيري السلوك الفوضوي التفاعل اللفظي مع النظير في القياس القبلي

## أدوات البحث:

**1- اختبار المصفوفات المتتابعة الملونة لرافن** (J. C. Raven) (**إعداد وتقنين أحمد عثمان صالح**، 1988).

يُعد هذا المقياس من أشهر مقاييس الذكاء المتحررة من أثر الثقافة، وهو ملائم للتطبيق من 5 سنوات ونصف إلى 11 سنة، كما يصلح للمعوقين عقلياً وكبار السن. يتكون هذا المقياس من 36 مصفوفة موزعة على ثلاث مجموعات، تتدرج في الصعوبة من دقة الملاحظة، إلى قياس إدراك العلاقات التي تتصل بالجوانب العقلية العليا.

**2- مقياس تقدير المعلم للسلوك الفوضوي للتلميذ (إعداد/ الباحث)**

أ. الهدف من المقياس: يهدف المقياس إلى قياس تقدير المعلم للسلوك للطفل التوحدي

ب. وصف المقياس: يتكون المقياس من (18) عبارة تقيس **السلوك الفوضوي لدى** الطفل التوحدي كما يراه المعلم. يتبع المقياس في وضع الدرجات طريقة ليكارت، حيث يختار المعلم من ثلاث خيارات لكل عبارة (دائما – أحيانا – لا أبداً). تتراوح الدرجة على كل عبارة بين 1- 3 درجات، والدرجة الكلية على المقياس من 18- 54.

**ج. الكفاءة السيكومترية**

- الصدق: تم حساب الصدق باستخدام الصدق التلازمي (صدق المحك) لإيجاد معامل الارتباط بين الدرجة التي يحصل عليها الطفل على مقياس تقدير المعلم للسلوك الفوضوي للتلميذ ومقياس تقدير سلوك الطفل (إعداد /مصطفي محمد كامل، 1990)، وقد بلغ معامل الارتباط 0.72 وهو معامل ارتباط دال عند مستوى 0.01.
- الثبات: تم حساب الثبات باستخدام معامل ألفا وقد بلغ بهذه الطريقة 0.73

**3- مقياس تقدير المعلم للتفاعل اللفظي بين النظائر (إعداد/ الباحث)**

أ. الهدف من المقياس: يهدف المقياس إلى تقدير المعلم لسلوك التفاعل اللفظي بين الطفل التوحدي ونظيره.

ب. وصف المقياس: يتكون المقياس من (20) عبارة تقيس لسلوك التفاعل اللفظي **لدى** الطفل التوحدي كما يراه المعلم. يتبع المقياس في وضع الدرجات طريقة ليكارت، حيث يختار المعلم من ثلاث خيارات لكل عبارة (دائما – أحيانا – لا أبداً). تتراوح الدرجة على كل عبارة بين 1- 3 درجات، والدرجة الكلية على المقياس من 20- 60.

**ج. الكفاءة السيكومترية**

- الصدق: تم حساب الصدق باستخدام الصدق التلازمي (صدق المحك) لإيجاد معامل الارتباط بين الدرجة التي يحصل عليها الطفل على مقياس **تقدير المعلم** للتفاعل اللفظي بين النظائر وبُعد التواصل اللفظي في قائمة تقييم لأعراض اضطراب التوحد (إعداد / عادل عبد الله, 2006)، وقد بلغ معامل الارتباط 0.75 وهو معامل ارتباط دال عند مستوى 0.01.
- الثبات: تم حساب الثبات باستخدام معامل ألفا وقد بلغ بهذه الطريقة 0.74

4- **قائمة مقياس الطفل التوحدي (إعداد / عادل عبد الله**, 2003)

يتألف المقياس من 28 عبارة يجاب عنها باستخدام (نعم) أو (لا) من جانب الأخصائي أو أحد الوالدين, وقد تمت الإجابة عنه في البحث الحالي من قبل ولي الأمر (احد الوالدين). وتمثل تلك العبارات في مجملها مظاهر أو أعراض لاضطراب التوحد تمت صياغتها في ضوء تلك المحكات المتضمنة في الطبعة الرابعة من دليل التصنيف التشخيصي والأخصائى للأمراض والاضطرابات النفسية والعقلية DSM-IV الصادرة عن الجمعية الأمريكية للطب النفسي (1994) إلى جانب مراجعة ما كُتب عن هذا الاضطراب في التراث السيكولوجي والسيكياتري, ويعني وجود نصف هذا العدد من العبارات (14 عبارة) على الأقل وانطباقها على الطفل أنه يعاني من هذا الاضطراب, وفضلا عن أن هذا المقياس يُستخدم بغرض تشخيصي وذلك للتأكد من أن الطفل يعانى فعلاً من اضطراب التوحد عن طريق انطباق الحد الأدنى من العبارات عليه (14 عبارة), فإن الاستجابة بنعم تحصل على درجة واحدة بينما تحصل الإجابة التي توضحها (لا) على صفر. ولحساب صدق المقياس تم استخدام صدق المحكمين حيث تم الإبقاء فقط على تلك العبارات التي حازت على 95 ٪ على الأقل من إجماع المحكمين, كما تم استخدام صدق المحك الخارجي (مقياس عبد الرحيم بخيت, 1999) وبلغ معامل الارتباط 0.863, وتم استخدام إعادة التطبيق لحساب الثبات وبلغ 0.917 وهى قيم دالة عند مستوى 0.01

و في البحث الحالي تم حساب الصدق باستخدام الصدق التلازمي (المحك) لإيجاد معامل الارتباط بين الدرجة التي يحصل عليها الطفل على مقياس الطفل التوحدي (إعداد / عادل عبد الله, 2003) , قائمة تقييم أعراض اضطراب التوحد (إعداد / عادل عبد الله, 2006) , وقد بلغ معامل الارتباط 0.837 وهو معامل ارتباط دال عند مستوى 0.01.

- الثبات: تم حساب الثبات باستخدام إعادة التطبيق بفاصل زمني قدره (21) يوما) وقد بلغ بهذه الطريقة 0.877

## ❖البرنامج التدريبي:

الهدف من البرنامج:

يهدف البرنامج إلى تعديل السلوك الفوضوي وتنمية التفاعل اللفظي لدى الأطفال التوحديين.

**الأساس النظري للبرنامج:**

الأطفال التوحديون لديهم قصور في فهم واستخدام المهارات الاجتماعية بشكل فعال للتواصل مع الآخرين, وتشير الدراسات إلى أن التوحديين لديهم قصور في فهم الإلماعات الاجتماعية مثل الاتصال البصري، الإشارات، لغة الجسد ، وتعبيرات الوجه **(Cairns,1986; Church, Alisanski& Amunullah,2000; Koegel,Frea & Smith,1995; Stone& Lemanek,1990 ; Volden& Johnson ,1999; Wimpory, Hobson, Williams & Nash, 2000)**، وبسبب هذا الفهم الخاطئ، فإنهم قد يتصرفون بشكل غير مناسب. فتدخل القصة الاجتماعية والتي هي عبارة عن تكنيك يهتم باكتساب المهارات الاجتماعية وتحسين السلوكيات الاجتماعية الموجودة **(Gray & Garand,1993;Swaggart et al ,1995)**

**جلسات البرنامج: عددها وزمنها:**

نظرا لخصائص عينة البحث الحالي، ولمحتوى جلسات البرنامج، فإنَّ البرنامج الحالي يتكون من (27) جلسة، تم تقديمها بواقع (3) جلسات* في الأسبوع ومن ثم فقد استغرق تطبيق البرنامج فترة زمنية قدرها شهرين تقريبا (تسعة أسابيع تقريبا) وقد تراوحت الفترة الزمنية التي تستغرقها الجلسة الواحدة ما بين (20- 25) دقيقة. ويقوم الباحث بالتطبيق على أفراد المجموعة التجريبية بشكل جماعي.

**الأساس الإجرائي للبرنامج:**

يعتمد البرنامج المستخدم في البحث الحالي بهدف تعديل السلوك الفوضوي وتنمية التفاعل اللفظي لدى الأطفال التوحديين على تدريبات القصص الاجتماعية والتي تقوم على الخطوات الآتية:

حدَّد السلوك أو الموقف الإشكالي المستهدف لتدخل القصة الاجتماعية.

حدَّد السلوك المستهدف لجمع البيانات.

اجمع بيانات قاعدية عن السلوك الاجتماعي المستهدف.

اكتب قصة اجتماعية قصيرة مستخدما الجمل الوصفية ،المنظورية، والتوجيهية والضابطة.

ضع في كل صفحة من جملة إلى ثلاث جمل.

استخدم الصور الفوتوغرافية أو الصور المرسومة يدويا أو الأيقونات المصورة.

---

* يتقدم الباحث بخالص الشكر للأستاذة حسناء الديب مدرسة التربية الموسيقية على مساعدة الباحث على تحويل القصص الى النوته الموسيقية والمساعدة أثناء التطبيق

اعرض القصة الاجتماعية على الطفل وقم بنمذجة السلوك المرغوب فيه.

اجمع بيانات التدخل.

راجع النتائج والإجراءات المرتبطة بالقصة الاجتماعية.

أعدَّ برنامجا للتعميم.

**الدراسة الاستطلاعية:**

تم تجريب البرنامج على عينة استطلاعية مماثلة لعينة البحث الحالي وعددها (3) تلاميذ توحديين مرتفعي الوظيفية.

**أهداف الدراسة الاستطلاعية:**

وتتحدد فيما يأتي:1- تدريب الباحث على كيفية تطبيق خطوات البرنامج القائم على القصة الاجتماعية وذلك في تقديم جلسات البرنامج، 2- التأكد من ملاءمة محتوى البرنامج لأفراد عينة البحث الحالي، 3- تحديد المشكلات والصعوبات التي قد تنشأ حين تطبيق البرنامج التعليمي على أفراد العينة الاستطلاعية، ومن ثم أخذها في الاعتبار عند إجراء البحث الأساسي، 4- تحديد الزمن التجريبي لجلسات البرنامج.

**صلاحية البرنامج:**

تمَّ عرض البرنامج على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علم النفس والتربية الخاصة والصحة النفسية للتأكد من صلاحية البرنامج، وكان للسادة المحكمين بعض الملاحظات والتوجيهات التي أخذها الباحث في الاعتبار عند تطبيق البرنامج في صورته النهائية مثل:

أن تكون الكلمات المستخدمة في البرنامج متضمنة في قاموس الطفل.

ضرورة مساعدة الطفل بتقديم التوجيهات وإزالة الغموض إن وجد في التوجيهات

ضرورة عرض البرنامج على عينات مماثلة للعينة الأصلية للتأكد من ملائمة المحتوى.

## منهج البحث::

يعتمد البحث الراهن على المنهج التجريبي باعتباره تجربة تهدف إلى التعرف على أثر التدريب القائم على القصص الاجتماعية (كمتغير مستقل) في تعديل السلوك الفوضوي وتنمية التفاعل اللفظي لدى الأطفال

التوحديين (كمتغيرين تابعين). كما يعتمد البحث في ذات الوقت على تصميم تجريبى ذى مجموعتين متجانستين إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة.

## خطوات البحث

اتبع الباحث الخطوات الآتية في سبيل القيام بهذا البحث وتنفيذه:

1. تحديد وانتقاء الأدوات المُستخدمة.
2. تحديد العينة من الأطفال التوحديين.
3. تقسيم أفراد العينة إلى مجموعتين إحداهما تجريبية والأخرى ضابطة.
4. إجراء القياس القبلي للوقوف على مستوى السلوك الفوضوي والتفاعل اللفظي لعينة البحث.
5. إجراء المجانسة بين مجموعتي البحث.
6. إعداد التدريبات القائمة على القصص الاجتماعية المصحوبة بالموسيقى والمستخدمة مع أفراد المجموعة التجريبية والتأكد من صلاحيتها.
7. تطبيق التدريبات القائمة على القصص الاجتماعية المصحوبة بالموسيقى على المجموعة التجريبية.
8. إجراء القياس البعدي للوقوف على مستوى السلوك الفوضوي والتفاعل اللفظي لعينة البحث.
9. استخلاص النتائج وتفسيرها

هذا وقد تمثلت الأساليب الإحصائية التي لجأ اليها الباحث لاستخلاص نتائج البحث في الأساليب الآتية:

1- اختبار مان – وتيني (U) Mann- Whitney
2- اختبار ويلكوكسون (W) Wilcoxon
3- قيمة Z

## نتائج البحث وتفسيرها:

### 1 – نتائج الفرض الأول:

ينص الفرض الأولي علي أنه "توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في السلوك الفوضوي في القياس البعدي **لصالح المجموعة التجريبية**"، ولاختبار صحة الفرض قام الباحث بحساب متوسطي رتب المجموعتين التجريبية والضابطة علي متغير السلوك الفوضوي في القياس البعدي، وقد تم استخدام اختبار مان ويتني Man Whitney للأزواج غير المتماثلة، ويتضح ذلك في الجدول التالي:

**جدول (4)**

**نتائج اتجاه الفروق في متوسطي رتب المجموعتين التجريبية والضابطة علي السلوك الفوضوي في القياس البعدي**

| المتغير | المجموعة | ن | متوسط الرتب | مجموع الرتب | معامل مان ويتني | قيمةZ | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **السلوك الفوضوي** | ت<br>ض | 5<br>5 | 3<br>8 | 15<br>40 | صفر | -<br>2.635 | 0.01 |

ومن الجدول (4) يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي رتب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة علي السلوك الفوضوي في القياس البعدي وكانت الفروق دالة عند مستوي (0.01) لصالح المجموعة التجريبية.

### 2 – نتائج الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني علي أنه"توجد فروق داله إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في التفاعل اللفظي مع النظير في القياس البعدي **لصالح المجموعة التجريبية**" ولاختبار صحة هذا الفرض قام الباحث بحساب متوسطي رتب المجموعتين التجريبية والضابطة علي متغير التفاعل اللفظي مع النظير في القياس البعدي، وقد تم استخدام اختبار مان ويتني Man Whitney للأزواج غير المتماثلة، ويتضح ذلك في الجدول التالي:

**جدول (5)**

**نتائج فروق متوسطي رتب المجموعتين التجريبية والضابطة علي متغير التفاعل اللفظي مع النظير في القياس البعدي**

| المتغير | المجموعة | ن | متوسط الرتب | مجموع الرتب | معامل مان ويتني | قيمةZ | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **التفاعل اللفظي مع النظير** | ت<br>ض | 5<br>5 | 8<br>3 | 40<br>15 | صفر | 2.626- | 0.01 |

ومن الجدول (5) يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي رتب المجموعة التجريبية والمجموعة الضابطة علي متغير التفاعل اللفظي مع النظير في القياس البعدي وكانت الفروق دالة عند مستوي (0.01) لصالح المجموعة التجريبية.

### 3 – نتائج الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث علي أنه"توجد فروق داله إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في السلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي لصالح البعدي"، ولاختبار صحة هذا

الفرض قام الباحث بحساب متوسطي رتب المجموعة التجريبية علي متغير السلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي، وقد تم استخدام اختبار ويلكوكسون للأزواج المتماثلة، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

**جدول (6)**

**نتائج اتجاه فروق متوسطي رتب المجموعة التجريبية علي متغير السلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي**

| المتغير | الرتب السالبة | | الرتب الموجبة | | قيمةZ | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | المتوسط | المجموع | المتوسط | المجموع | | |
| السلوك الفوضوي | 3 | 15 | صفر | صفر | 2.060- | 0.01 |

ومن الجدول (6) يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي رتب المجموعة التجريبية علي متغير السلوك الفوضوي في القياسين القبلي والبعدي وكانت الفروق دالة عند مستوي (0.01) لصالح القياس البعدي.

**4 – نتائج الفرض الرابع:**

ينص الفرض الرابع علي أنه "توجد فروق داله إحصائيا بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في التفاعل اللفظي مع النظير في القياسين القبلي والبعدي لصالح البعدي" ولاختبار صحة هذا الفرض قام الباحث بحساب متوسطي رتب المجموعة التجريبية علي متغير التفاعل اللفظي مع النظير في القياسين القبلي والبعدي، وقد تم استخدام اختبار ويلكوكسون للأزواج المتماثلة، ويتضح ذلك من الجدول التالي.

**جدول (7)**

**نتائج اتجاه فروق متوسطي رتب المجموعة التجريبية علي متغير التفاعل اللفظي مع النظير في القياسين القبلي والبعدي**

| المتغير | الرتب السالبة | | الرتب الموجبة | | قيمةZ | مستوي الدلالة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | المتوسط | المجموع | المتوسط | المجموع | | |
| التفاعل اللفظي مع النظير | 3 | 15 | صفر | صفر | 2.060- | 0.01 |

ومن الجدول (7) يتضح وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي رتب المجموعة التجريبية علي متغير التفاعل اللفظي مع النظير في القياسين القبلي والبعدي وكانت الفروق دالة عند مستوي (0.01) لصالح القياس البعدي.

## تفسير النتائج:

لقد تبين من الجداول من الرابع إلي السابع أنَّ هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في السلوك الفوضوي وفقاً لمقياس تقدير المعلم للسلوك الفوضوي للطفل التوحدي في القياس البعدي لصالح المجموعة التجريبية، وكذلك تبين أنَّ هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب أفراد المجموعتين التجريبية والضابطة في التفاعل اللفظي مع النظير وفقاً لمقياس تقدير المعلم للتفاعل اللفظي للطفل التوحدي في القياس البعدي لصالح المجموعة التجريبية، وجاءت هاتان النتيجتان متسقتان مع الفرضين الأول والثاني للبحث الحالي، ومن خلال الجدولين الخامس والسادس تبين أنَّ هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في السلوك الفوضوي وفقاً لمقياس تقدير المعلم للسلوك الفوضوي للطفل التوحدي في القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي. وأيضا تبين أنَّ هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين متوسطي رتب أفراد المجموعة التجريبية في التفاعل اللفظي مع النظير وفقاً لمقياس تقدير المعلم للتفاعل اللفظي للطفل التوحدي في القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي، وجاءت هاتان النتيجتان متفقتان مع الفرضين الثالث والرابع للبحث الحالي.

ويمكن تفسير النتائج في ضوء خصائص العينة؛ فعلي الرغم من أن التوحد كصعوبة نمائية يؤثر على التواصل اللفظي وغير اللفظي أيضاً، كما يؤثر على السلوك الاجتماعي والوجداني (Koegel et al., 1995) فإن البرامج التعويضية التي تقدم لمثل هذا الصنف من الأطفال (مثل التدخل القائم علي القصة الاجتماعية) قد تساعدهم علي التعايش مع الموقف التعليمي والحياتي والاستفادة منه، ويتفق هذا مع ما ذكره جابر عبد الحميد (2005) من أنَّ "التلاميذ الذين يلتحقون بالمدرسة، وتنقصهم خبرات تعليمية خصبة يستطيعون أن يعوضوا الأرض التي خسروها إذا وجدوا الخبرات الخصبة بمثابة التربية الممثلة في حجراتهم الدراسية". (جابر عبد الحميد، 2005: 242).

ومع الوضع في الاعتبار الاحتياجات التعليمية الفريدة للأطفال التوحديين فإنَّ القصص الاجتماعية تقدم استراتيجية فعالة لتحسين التفاعل الاجتماعي اللفظي لدي هذا الصنف من الأطفال، فهذا الأسلوب قد استخدم لمساعدة الأطفال التوحديين علي فهم وتفسير المواقف الاجتماعية المتحدية والمحيرة من خلال تزويدهم بإلماعات اجتماعية هامة، وزيادة وعيهم وفهمهم بالمواقف الاجتماعية، وعليه فإن التعلم لا يتحقق بالصدفة، بل لابد من السعي إليه، وذلك باستخدام تكنيكات تستثير العقل بطرق معينة، وهذا ما تفعله القصص الاجتماعية كتكنيك يخرج الطفل عن المألوف في حجرة الدراسة العادية.

كما يمكن تفسير النتائج في ضوء البحوث السابقة فمع الوضع في الاعتبار الاحتياجات التعليمية الفريدة للأطفال التوحديين؛ فإن القصص الاجتماعية ربما استراتيجية فعَّالة لتحسين التفاعل الاجتماعي اللفظي لدي هذا الصنف من الأطفال (Ozdemir & Bolumu, 2008: 128)، قام بعض الباحثين بدراسة فعالية استخدام القصص الاجتماعية مع الأطفال التوحديين، أوضحت الأدبيات الموجودة أن القصص الاجتماعية

كانت فعالة في الحد من السلوك العدواني ( Adams, Gouvousis, van Lue, & Waldron, 2004; Gray & Grand, 1993; Romano,2002;)، زيادة السلوكيات المرغوب فيها ( Rowe, 1999 ; Agosta, Graetz, Mastropieri, & Scruggs, 2004; Cullain, 2000; Graetz, 2003; Kuoch & Mirenda, 2003; Smith, 2001)، وزيادة استخدام المهارات الاجتماعية المرغوب فيها (Barry, & Burley, 2004; Hagiwara, 1998; Pettigrew, 1998)، وزيادة سلوك تقديم التحية للآخرين، واستهلاك أنشطة اللعب (Feinberg, 2001)، وزيادة التفاعلات الاجتماعية ( Ting, 2006)، ومهارات التواصل (Thiermann & Goldstein, 2001; Adams, et al, 2004).

كما يمكن تفسير نتائج البحث الحالي في ضوء الإطار النظري الذي يشير إلي أن فكرة القصص الاجتماعية تتمثل في أنها طريقة سريعة وسهلة لإحداث التغير الدراماتيكي للسلوك لدي الأطفال التوحديين، فالقصص الاجتماعي بوجه عام عبارة عن"قصص"قصيرة كتبت لوصف مواقف اجتماعية معينة عرفت بأنها تمثل إشكالية للأطفال التوحديين؛ فالقصة التي تُكتب من وجهة نظر الطفل وعند مستواه تصف السلوكيات المناسبة، و"الإلماعات Cues"المناسبة أو المثيرات Stimuli المناسبة لوضع الفرصة الملائمة لهذه السلوكيات، ولقد تم استخدام القصص الاجتماعية – بدرجات متباينة من النجاح – لتدريس مهارات اجتماعية معينة، وتقديم تعليما في السلوك المناسب أثناء أنشطة معينة (مثل وقت النوم، الذهاب إلي طبيب الأسنان، ووقت تناول العشاء)، لإعداد الموضوعات للأنشطة الجديدة، ولتعليم سلوكيات مثل: استبدال السلوكيات المستهدفة غير الملائمة لدي الأطفال التوحديين (مثل التحديق غير الملائم، الصياح، قلب المقاعد).

## التوصيات:

في ضوء نتائج البحث الحالي، هناك مجموعة من التوصيات التربوية:

على أساتذة الجامعات (خاصة الأساتذة في كليات التربية)، وباحثي الدكتوراه والماجستير أن يعتبروا موضوع القصص الاجتماعية للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة مادة خصبة للبحث العلمي.

تأهيل معلمي المستقبل (معلمي التربية الخاصة)، وتدريبهم علي استخدام تدريبات القصص الاجتماعية في التدريس من خلال ورش العمل في أثناء التربية العملية.

تدريب الأطفال عامة وذوي الاحتياجات الخاصة علي وجه الخصوص علي استخدام القصص الاجتماعية المناسبة للمعلومات المقدمة إليهم حتى يتمكنوا من حفظ وتذكر المعلومات بسهولة.

ضرورة إعداد برامج تعليمية فردية معدة خصيصاً للأطفال الذين تم تشخيصهم أنهم توحديون عند دخولهم مدرسة التربية الفكرية إذا لم يكن لهم مراكز خاصة.

ضرورة اضطلاع ولي الأمر علي نتائج البحوث التجريبية التي تطبق علي الابن في المدرسة، فإنَّ ذلك قد يخفف من وطأة القلق التي تتحمله وتعيش فيه الأسرة التي بها طفل معاق.

ضرورة التواصل بين الأسرة والمدرسة فيما يتعلق بالبرامج التعويضية التي تطبق على الأطفال وتدريبهم عليها من خلال ندوات ولقاءات مع المعلمين والباحثين أنفسه.

## المراجع:

**أحمد عثمان صالح (1988).** أثر عامل الثقافة في الاختبارات المتحررة من أثر الثقافة في ضوء تقنين اختبار المصفوفات المتتابعة على البيئة المصرية. مجلة البحث في التربية وعلم النفس، كلية التربية، جامعة المنيا، المجلد الأول، العدد الثالث.

**جابر عبد الحميد جابر (2005).** حجرة الدراسة الفارقة والبنائية, الطبعة الأولى, القاهرة, عالم الكتب.

عادل عبد الله محمد (2003) :مقياس الطفل التوحدي، القاهرة، دار الرشاد

عادل عبد الله محمد (2006) : قائمة تقييم أعراض اضطراب التوحد، القاهرة، دار الرشاد

عادل عبد الله محمد، ايهاب عاطف عزت (2008) فعالية العلاج بالموسيقي في تحسين مستوى النمو اللغوي للأطفال التوحديين. الملتقى الثامن للجمعية الخليجية للإعاقة. الشارقة 18- 20 /3 / 2008.

وليد السيد خليفة، مراد علي عيسي (2007) كيف يتعلم المخ التوحدي، الإسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع.

**Adams, L., Gouvousis, A., Value, M., & Waldron, C. (2004).**Social story intervention: Improving communication skills in child with an autism spectrum disorder. Focus on Autism & Other Developmental Disabilities. 19(2). 87-94.

**Agosta, E., Graetz, J.E., Mastropieri, M.A., & Scruggs, T.E. (2004).** Teacher-researcher partnerships to improve social behavior through social stories. Intervention in School and Clinic. 39 (5) 276-287.

**American Music Therapy Association. (2005).** American Music Therapy Association Fact Sheets: Music Therapy and Individuals Diagnosed with Autism. Retrieved May 6, 2005, from http://www.musictherapy.org/factsheets/autism.html

**Barry, L. M., & Burley, S. B. (2004).** Using social stories to teach choice and play skills to children with autism. Focus on Autism and Other Developmental Disabilities, 19,45-51.

**Bell, J. (2005).** USING SOCIAL STORIES TO IMPROVE SOCIALLY APPROPRIATE BEHAVIORS IN CHILDREN WITH AUTISM. Master of Science, Florida State University.

**Benavidez, B., Matson, J & Compton, L. (1996).** Behavioral treatment of autistic persons: A review of research from 1980 to the present, Research in Developmental Disabilities Vol 17, (6).pp. 433-465

**Bledsoe, R., Myles, B.S., & Simpson, R. (2003).** Use of Social stories intervention to improve mealtime skills of an adolescent with Asperger's syndrome. Autism. 7(3), 289-295.

**Brownell, M.(2002).** Musically adapted social stories to modify behaviors in students with autism: Four case studies, Journal of Musical therapy, 39, 117 – 144.

**Bryson, S.E & Smith, I.M., (1998).** Epidemiology of autism: prevalence, associated characteristics, and implications for research and service delivery. Mental Retardation and Developmental Disabilities Research Review, 4, 97- 103.

**Buday, E. M. (1995).** The effects of signed and spoken words taught with music on sign and speech imitation by children with autism. Journal of Music Therapy, 32(3), 189-202.

**Burke, R. V., Kuhn, B. R., & Peterson, J. L. (2004).** Brief report: A"social story" ending to children's bedtime problems—The use of a rewarding social story to reduce bedtime resistance and frequent night waking. Journal of Pediatric Psychology, 29(5), 389-396.

**Cairns, R.B. (1986).**Social development: Recent theoretical trends and relevance for autism. In E. Schopler and G. Mesibov (Eds.), Autism and social behavior (pp. 15-33). New York: plenum press.

**Chan J.M.(2008).** A social stories intervention package for students with autism in inclusive classroom settings. Journal of Applied Behavior Analysis. 41(3), pp. 405-409.

**Chan, Y. (2005).** Modifying Behaviors of Children with Autism: The Use of Musically Adapted Social Stories in Home-Based Environments, Master of science. University of Hong Kong.

**Cheng, W. (2004).** Early social and communication skills of children with autism, Master of science. University of Hong Kong.

**Church C & Coplan J. (1995)** The high-functioning autistic. experience: birth to preteen years. J pediatric Health Care 9: 22-29

**Church C ; Hwang, B., & Hughes, C. (2000).** The effects of social interactive training on early social communicative skills of children with autism. Journal of Autism and Developmental Disorders, 30, 331-343.

**Dawn, N. (2008).** Analysis of a social story intervention to increase appropriate social interactions in children with autism, Doct.Diss., Florida State University.

**Dawson, G., Meltzoff, A. N., Osterling, J., Rinaldi, J., & Brown, E. (1998).** Children with autism fail to orient to naturally occurring social stimuli. Journal of Autism and Developmental Disorders, 28, 479 – 485.

**Delano, M. & Snell, M. (2006).** The effects of social stories on the social engagement of children with autism. Journal of Positive Behavior Interventions, 8, 29-42.

**Feinberg, M. J.(2001).** Using social stories to teach specific social skills to individuals diagnosed with autism. Unpublished doctoral dissertation, California School of professional psychology, San Diego.

**Frith, U. (1989).** Autism and"theory of mind"In C. Gillburg (ED.), Diagnosis and treatment of autism (pp 32-52), New York: plenum press.

**Goin, R. & Myers, J. (2004).** Characteristics of infantile autism: Moving towards earlier detection. Focus on autism and other developmental disabilities, 19, 5 – 12.

**Graetz, J. E (2003).** promoting social behaviors for adolescents with autism using social stories. Unpublished dissertation, George Mason University.

**Gray, C. (1993).** The original social stories book. Arlington, TX: Future Horizons.

**Gray, C. A. (1995).** Social stories: Improving responses of students with autism with accurate social information (Vol. Began 1986.). Rockville, Md.: Aspen publishers.

**Gray, C. A. (1998).** Social stories and comic strip conversation with students with Asperger syndrome and high-functioning autism. In E. Schopler, G.B. Mesbov, & L.J, Kunce (Eds.), Asperger syndrome or high-functioning autism (pp. 167-198)? New York: plenum press.

**Gray, C. A., & Garand, J.D. (1993).** Social stories: Improving responses of students with autism with accurate social information. Focus on Autistic Behavior, 8(1), 1-10.

**Green, G., Brennan L.C., & Fein, D. (2002).** Intensive behavioral treatment for a toddler at high risk for autism. Behavior Modification, 26, 69-102.

**Hagiwara, T., & Myles, B. S. (1999).** A multimedia social story intervention: Teaching skills to children with autism. Focus on autism and other developmental disabilities, 14(2), 82-95.

**Hauck M, Fein D, Waterhouse L, Feinstein C. (1995).** Social initiations by autistic children to adults and other children. Journal of Autism and Developmental Disorders; 25:6: 579-95.

**Hobson, R. P & Lee, A. (1998).** On developing self-concepts: A controlled study of children and adolescents with autism. Journal of Child psychology and psychiatry and Allied Disciplines, 39, 1131-1144.

**Ivey, M. L., Heflin, L. J., & Alberto, P. (2004).** The use of social stories to promote independent behaviors in novel events for children with PDD-NOS. Focus on Autism & Other Developmental Disabilities, 19(3), 164-176.

**Jacobson, J.W. (2000).** Early intensive behavioral intervention: Emergence of a consumer-driven service model. The Behavior Analyst, 23, 149-171.

**Koegel, R.L., Koegel, L.K., Frea, W.D., & Smith, A.E. (1995).** Emerging interventions for children with autism: Longitudinal and Lifestyle implications. In R.L. Koegel &L.K. Koegel (Eds.), Teaching children with autism: strategies for initiating positive interactions and Improving learning opportunities (pp.1-15).Baltimore, MD: Paul H. Brookes Publishing Co.

**Kuoch,H.,& Mirenda, P.(2003).**Social story interventions for young children with autism spectrum disorders. Focus on Autism and Other Developmental Disabilities, 18(4), 219-227.

**Kuttler, S., Myles, B.S.,& Carlson, J.K.(1998).**The use of social stories to reduce precursors to tantrum behavior in a student with autism. Focus on Autism. &Other Developmental Disabilities,13(3),176-182.

**Layton, T.L. & Watson, L.R. (1995).** Enhancing communication in nonverbal children with autism: In K.A. Quill (Ed), Teaching children with autism: Strategies to enhance Communication and socialization (pp.73-103).New York: Delmar.

**Lee, Y.(2008).**The Effects of Concept Mapping Strategy Mediated social Story Intervention on peer Interactions of an Elementary School child with, Doct Diss. The University of Hong Kong.

**Lovaas,O.I.(1987).**Behavioral treatment and normal educational and intellectual functioning in young autistic children. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 55(1),pp.3-9.

**Matson J,Coe,D.(1992).**Applied behavior analysis: it impact on the treatment of mentally retarded emotionally disturbed people, Res Dev Disable. 13(2):89-171.

**Maurice,C.(1994).**Let Me Hear Your Voice: A family s triumph over autism, New York: Ballantine Books.

**Metz, B., Mulick, J. A., & Butter, E. M. (2005).** Autism: A late-20th-century fad magnet. In J. W. Jacobson, R. M. Foxx & J. A. Mulick (Eds.), Controversial therapies for developmental disabilities: Fad, fashion and science in professional practice. (pp. 237-263). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

**Ozdemir, S & Bolumu, O.(2008).**Using Multimedia social Stories to increase appropriate social engagement in young children with autism. The Turkish Online Journal of Educational Technology –To jet July 2008 ISSN: 1303-6521 Volume 7,Issue 3,Article 9

**Pettigrew, J.(1998).**Effects of modeling of verbal and nonverbal procedures for interaction with peer through social Stories (Doctoral dissertation.Texas Woman's University 1998)Dissertation Abstracts International,59.1452.

**Romano, J.(2002).**Are social stories effective in modifying behavior in children with autism? Unpublished doctoral dissertation, Farleigh Dickinson University.

**Rowe, C.(1999).**Do social benefit children with autism in mainstream primary School? British Journal of Special Education, 26 (1).12-14.

**Sansosti,F.J.,Powell- Smith, K.A.(2006).**Using social stories to improve the social behavior of children with Asperger's syndrome. Journal of Special behavior Intervention,8.43-57.

Scattone, D., Wilczynski, S.M., Edwards,R.P., & Rabian,B.(2002).

Decreasing disruptive behavior of children with autism using social Stories Journal of Autism and Developmental Disorders,23(6),535-543.

**Simpson, R. (1993).** Tips for practitioners: Reinforcement of social story compliance. Focus on Autistic Behavior, 8(3),15-16.

**Smith, C.(2001).** Using social stories to enhance behavior in Children with autistic spectrum difficulties. Educational Psychology in practice,17, 337-345.

**Stone, W.L., &Lemanek,K.L.(1990).** Developmental issues in children's self-reports. In A.M.La Greca (Ed),Through the eyes of the child: Obtaining self-reports from children and adolescents(pp.18-56). Boston: Allyn & Bacon.

**Swaggart, B.L., Gangnon,E.,Boc**k,S.J., Earles,T.L., Quinn,C.,& Myles,B.S.,et al.(1995). Using social stories to teach social and behavioral skills to children with autism. Focus on Autistic Behavior. 10(1),1-15.

**Tager-Flusberg, H., Joseph, R., & Folstein,S. (2001).**Current directions in research on autism. Mental Retardation and Developmental Disabilities Research Reviews.7,21-29.

**Thiemann, K.S.,& Goldstein, H.(2001).** Social stories, Written text cues, and Video feed back: Effect on social Communication of children with autism. Journal of Applied Behavior Analysis, 34,425-446.

**Ting, Y.(2006).**A Study of the effects of Social story Instruction on

Social Causality and Social Interaction of Children with autism. Master of Science, University of Hong Kong.

**Volden J.,Johnston J.(1999).**Cognitive Scripts in autistic children and adolescents. Journal of autism& Developmental Disabilities, 9(3):203-11.

**Washburn,K.(2006).**The effects of Social stories skills in adolescents with Asperger's Syndrome ,Doct. Diss., Florida University.

**Watts, K. (2008).** The Effectiveness of a Social Story Intervention in Decreasing Disruptive Behavior in Autistic Children. Doctor of Philosophy, Ohio State University, Psychology

**Wetherby,A.(1986).**Ontogeny of Communication Functions in autism. Journal of Autism& Developmental Disorders16(3),pp.295-315.

**Wetherby,A. & Rodriguez,M.(1992).** Measurement of Communicative Intention in Normally Developing children During Structured and Unstructured Cont texts ,Journal of Speech and Hearing Research Vol.130-138.

**Wetherby, A. M. & Prizant, B. M. (2001).** Introduction to autism spectrum disorders. In A. M. Weatherby & B. M. Prizant (Eds.) Autism spectrum disorders: A transactional developmental perspective, (pp. 1-7). Baltimore: Paul Brookes Publishing Co.

**Whipple, J. (2004).** Music in intervention for children ad adolescents with autism: A meta-analysis. Journal of Music Therapy, 41(2), 90-106.

**Wimpory, D., Hobson,R.P., Williams, J.M.G.,& Nash,S.(2000).**Are infant with autism Socially engaged? A study of recent retrospective parental reports. Journal of Autism& Developmental Disorders,30,525-536.

**Wright ,L.(2007).**Utilizing Social stories to reduce problem Behavior and increase pro-Social behavior young children with autism, Doct diss. University of Missour- Columbia.

# التنمية الذاتية: خيار استراتيجي للنمو والرفاه الاقتصادي

د.شريف غياط
أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم
التسيير نائب عميد لما بعد التدرج البحث العلمي
والعلاقات الخارجية، جامعة قالمة
cghiat@Yahoo.fr

أ.محمد بوقموم
ماجستير في العلوم الاقتصاديـــــة. أستاذ
مكلف بالدروس بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة قالمة
Boukemoum_mohamed@Yahoo.fr

## الملخَّص::

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على نموذج التنمية الذاتية أو المستقلة، المعتمدة على الذات كأحد أهم الخيارات الإستراتيجية المتاحة، أمام غالبية الدول النامية، إن لم نقل معظمها، للخروج من بوتقة التخلف، واللحاق بالركب الحضاري؛ من أجل تحقيق النمو والرفاه الاقتصادي لشعوبها، في ظل فشل كلِّ التجارب التنموية السابقة التي اعتمدتها، والتي كانت مبنية على أساس التطبيق الآلي لنماذج النمو الغربية.

## كلمات المفتاح:

التنمية الاقتصادية، التنمية الذاتية، الرفاه الاقتصادي، الإصلاحات الاقتصادية.

## مقدمــة::

إنَّ مفهوم التنمية قد تطور عبر مراحل أساسية، تعكس بدرجة كبيرة تأثر الفكر التنموي في الدول النامية بالفكر التنموي الغربي، حيث طرأ تغير كبير، انطلاقا من صدمات الواقع وتأزماته، في ظل المفاهيم الجزئية أو المذهبية القاصرة عن الإدراك الشامل لعملية التنمية.

فقد أثبتت تجربة العقود الماضية أنَّ الدول النامية قد واجهت مشكلات حادَّة بخصوص بناء تجربتها المستقلة بالاعتماد على الذات، وتحقيق تقدمها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي...إلخ، تلك التنمية الناجمة عن تبني مفاهيم وأنماط وسياسات تنموية مبنية على محاكاة نماذج النمو والتنمية في الدول المتقدمة، الأمر الذي أدَّى إلى تعثر جهود التنمية ووصولها إلى طريق مسدود منذ منتصف السبعينيات، لاسيما في ظل تفاقم أزمة الديون الخارجية، التي جعلت من انتهاج سياسات وبرامج الإصلاح

الاقتصادي "سياسات وفاق واشنطن" كما تراه المؤسسات المالية الدولية، السمةَ الغالبة على جهود واستراتيجيات التنمية في الدول النامية، والتي تزايدت وتيرتها خلال التسعينيات في ظل تداعيات أنماط التفاعل مع الاقتصاد الدولي، والتعامل مع مستجداته في مجال التجارة والاستثمار والتمويل الخارجي، ونقل التكنولوجيا...الخ، وهو ما تجلى في استمرار ضعف الموقع النسبي لهذه الدول، ودوام تخلفها وانحطاطها، وتطور تبعيتها.

فلا ريب وأنَّ هذه المشكلات جميعا تعكس منهجا تنمويا مشوها وتابعا، يعيد إنتاج أوضاع التخلف، ويجدد علاقات التبعية بصورة تؤدي إلى تفاقم وتطور الأزمة التنموية. إنه النمط الذي يتوجه للخارج أكثر من توجهه للداخل، ويعتمد على الحلول والنظريات الجاهزة، بدلا من استنباطها من واقع المعاناة بما يتناسب مع الظروف والأوضاع والمستجدات المحلية والدولية.

من هنا تأتي هذه الورقة البحثية لتعالج موضوع التنمية الذاتية: خيار استراتيجي للنمو والرفاه الاقتصادي من خلال متابعة التطورات الفكرية والمفاهيمية للتنمية، التي تبحث عن أفضل المناهج التنموية وخصائصها ومبادئها اللازمة لاحتواء الأزمات التي تعانيها البشرية اليوم. وعليه ستكون الأسئلة التالية محور اهتمام هذه الدراسة.

1. السياق التاريخي لتطور مفهوم التنمية، ومن ثم كيف انبثق عنه ما يعرف بالتنمية الذاتية؟

2. ماهية الأبعاد الحقيقية للتنمية البديلة، وهل هي كفيلة بتشكيل مرجعية يمكن الاعتماد عليها في بلوغ الأهداف الإنمائية.

ويأمل الباحثان من خلال هذه الورقة البحثية حصر جملة من الأهداف تتمثل في ما يلي:

1. تحديد وتوضيح المفاهيم ذات الصلة بالموضوع محل البحث والدراسة "التنمية"، وكذا عرض لبعض النظريات المفسرة لهذه الأخيرة.

2. تسليط الضوء على النموذج التنموي البديل كخيار استراتيجي للنمو والرفاه الاقتصادي، بعيدا عن التبعية والاعتماد على الخارج.

وقد تم الاعتماد في إعداد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، بحيث تستمد معلوماتها وبياناتها من مصدرين متكاملين هما:

- **مصادر ثانوية**: تتمثل في مختلف المراجع والمقتنيات المكتبية، بما في ذلك الكتب والدوريات والمواقع الملائمة على شبكة الانترنت.

- **مصادر أولية**: تتمثل في جمع البيانات من واقع النشريات والدراسات الصادرة عن الندوات والملتقيات والمؤتمرات العلمية.

ونظرا لأهمية البحث فقد ارتأينا تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور:

حيث شمل **المحور الأول**: على التنمية في سياق الفكر الاقتصادي، عبر التطرق لتطور مفهوم التنمية وأهم النظريات المفسرة لها.

في حين استعرضنا في المحور الثاني: الفكر التنموي الليبرالي وتكريس التبعية، مع التركيز على خصائص هذا الفكر ونتائج تطبيقه على الدول النامية.

وناقش **المحور الثالث**: التنمية الذاتية: النموذج التنموي البديل والذي يتسم بفهم أوسع نطاقا وتكاملا لعملية التنمية.

## المحور الأول: التنمية في سياق الفكر الاقتصادي

تعدُّ التنمية، ولا ريب، سمة المجتمعات المعاصرة والمتقدمة على حد سواء، فهي غاية وطموح تعمل للوصول إليه بشتى الطرق والوسائل. الأمر الذي جعل منها محل جدال فكري وسياسي منذ النصف الثاني من القرن العشرين، يوم كانت السيطرة للثنائية القطبية وما طبعها من تضارب المصالح، وهو ما يفسِّر غياب تعريف موحد للتنمية على الرغم من الاتفاق حول مضمونها.

### 1.1. تطور مفهوم التنمية

لقد اهتم الاقتصاديون في مرحلة مبكرة بالتنمية الاقتصادية، فقد حفل الأدب والاقتصاد المعاصر بالكثير من النظريات والآراء التي حاولت تحديد طرق المستقبل ووضع الدول النامية وما طبعها من تغيرات في الهياكل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من جهة، وطبيعة العلاقات مع مؤسسات التمويل الدولية من جهة أخرى. وبالتالي فإنه وأمام تنوع وتعدد آراء العلماء والباحثين فيما يخص مفهوم التنمية، نرى من الضرورة بمكان تسليط الضوء على مجموعة من التعاريف نوردها في سياق مرتب حسب تطورها الزمني، وهي مقسمة في هذا الإطار إلى أربعة أجيال على النحو التالي:

#### 1.1.1. الجيل الأول: التنمية كمرادف للنمو الاقتصادي

تم التركيز فيه على الجوانب الاقتصادية للتنمية في إطار محاكاة مسيرة النمو الاقتصادي الذي عرفته الدول الغربية. على هذا الأساس عرفت التنمية انطلاقا من معيار الدخل وتغيرات أساسية في الهيكل الاقتصادي وما يصاحبه من ارتفاع نصيب إسهام قطاع الصناعة على قطاع الزراعة في الناتج الوطني، والمساهمة الكبيرة لمواطني البلد في عملية التنمية الاقتصادية وكذا استفادتهم بالمنافع التي تحققها التنمية (مايكل رومر وآخرون، 1994: 32) (01) والتي تقاس بمعدَّل نمو نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي.

وقد تبنت الدول النامية هذا المفهوم خلال عقدي الستينيات والخمسينيات، حيث استطاعت بعضها أن تحقق هدف النمو الاقتصادي الكمي، غير أنها فشلت في توفير الحاجات الضرورية، ممَّا أثر سلبا على إنتاجية العامل، وعلى تنفيذ الإجراءات والتدابير المتعلقة بإحداث تغيرات في هيكل الاقتصاد الموجود، وبفعل هذا القصور في المفهوم التنموي ونتائجه السلبية تمت إعادة النظر في مفهوم التنمية خلال السبعينيات.

### 2.1.1. الجيل الثاني: التنمية الشاملة

إنَّ الاتجاه الجديد في تعريف التنمية أخذ في عين الاعتبار جميع أبعاد حياة الإنسان والمجتمع وتغطية مختلف المجالات والتخصصات، ومن هذا المنظور عرفت التنمية الشاملة بأنها "عملية تغيير شاملة ومتكاملة اقتصاديا واجتماعيا، لتحقيق نمو معجل ومستمر في اقتصادياتها، ومحسن لظرف ومستوى حياة الإنسان" (صالح صالحي،2006: 91) (02)، ورغم شمولية التعريف إلا أنَّ الدلالة الأولى للتنمية باعتبارها مسألة اقتصادية بقيت في المقام الأول، كذلك ظل مفهوم التنمية ضمن النموذج الحداثي الصناعي الغربي الذي يرسخ تقسيم العالم إلى متقدِّم ومتخلِّف في ظل علاقة التبعية؛ لذلك دعت الحاجة إلى معالجة هذا القصور، ومحاولة إعطاء تعريف أكثر شمولا لعملية التنمية، باعتبارها عملية حضارية ثقافية....إلخ.

### 3.1.1. الجيل الثالث: التنمية المعتمدة على الذات

ظهر هذا المفهوم في محاولة لفك الارتباط والتبعية بالعالم الخارجي، ويعمل على دفع العملية التنموية وتوجيهها نحو الداخل بكل أبعاده وصوره"ستتم مناقشة ها المفهوم في المحور الثالث".

### 4.1.1. الجيل الرابع: التنمية المستدامة:

يشير هذا المفهوم إلى معان كثيرة تختلف عن التنمية الاقتصادية التي أغفلت جوانب كبيرة من العلاقات وتأثيراتها على حياة البشر حاضرا ومستقبلا. وأوَّل ظهور لهذا المصطلح يعود إلى الاتحاد العالمي للحفاظ على البيئة الذي أطلقه عام 1980، من هذا المنطلق فالتنمية المستديمة يقصد بها "تلبية حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجاتهم، وهي تحتوي على مفهومين: مفهوم الحاجات، وفكرة القيود التي تفرضها التكنولوجيا والتنظيم الاجتماعي على قدرة البيئة للاستجابة لحاجات الحاضر والمستقبل. من هنا بدأ مفهوم التنمية يأخذ في اعتباراته الأهداف البيئية والبشرية.

وبقليل من التمعن في تطور مفهوم التنمية عبر الأجيال المختلفة نجد أنَّ كل جيل من الأجيال السابقة لا يبدو كافيا، كما أنَّ العنصر البشريَّ والمعرفة من أهم العناصر التي ينبغي إعطاؤها الأولوية، وأنَّ جميع الإسهامات حول مفهوم التنمية الشاملة، المعتمدة على الذات والمستدامة ركَّزت على مخرجات عملية التنمية أكثر من مدخلاتها. فخلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات كان ينظر للتنمية على أساس

أنها نمو اقتصادي، وخلال الستينيات أصبحت تعني الزيادة في الناتج الوطني أعلى من معدل النمو السكاني، ونظرا لقصور هذا التعريف وغلبة الطابع المادي عليه، حيث قيست مستويات التنمية بالمؤشرات المادية البحتة، أعيد النظر في هذا المفهوم خلال منتصف السبعينيات، بواسطة العمل على تخفيض الفقر وسوء توزيع الدخل والبطالة. وفي هذا السياق يقول البروفسور إدغار أوبينس: "**إن التنمية تمت معالجتها من قبل الاقتصاديين على أساس مجرد تمرين في الاقتصاد التطبيقي، بدون أن تتعلق عملية التنمية بالأفكار السياسية أو تكوين الحكومات أو دور الأفراد في المجتمع، إننا في حاجة لدمج السياسة مع النظرية الاقتصادية، ليس فقط لاعتبار أنها أسلوب للمجتمعات المعاصرة، بل أيضًا لتكون أكثر إنتاجية، مع أنَّ تنمية البشر أهم من تنمية الأشياء**" (محمد شريف بشير،د س ن) (03).

### 2.1.النظريات المفسرة للتنمية

إنَّ معظم نظريات التنمية تهتم بفحص وشرح طبيعة عمليات التنمية والعناصر المسؤولة عنها، واستجلاء وتحليل العوائق الرئيسة أمام التنمية التي تقف حجرة عثرة أمام تحقيقها، وكذا أنجع السبل لإزالة هذه العوائق وتحقيق التنمية الاقتصادية. وفي هذا الشأن سنتعرض إلى دراسة خمسة نظريات أساسية في التنمية (مشال تودارو،2006) (04) والتي عرضت لرؤى ذات قيمة مفيدة لعملية التنمية بصفة عامة والتنمية الاقتصادية بصفة خاصة.

### 1.2.1. نظرية المراحل الخطية

كانت النظرية الاقتصادية للتنمية ترى بأن الأصل هو الكمية والخليط بين الادخار، الاستثمار، والمساعدات الخارجية. أي أنَّ عملية التنمية هي سلسلة من مراحل النمو الاقتصادي المتتالية.

- **مراحل النمو لروستو**: برز هذا النموذج نتيجة للتنافس بين الدول حديثة الاستقلال ورغبتها في تحقيق التقدم واللحاق بركب التنمية، وطبقا لهذا النموذج فإنَّ الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التقدم يتم في شكل مجموعة من الخطوات تحمل منطقا داخليا مستمرًا، وتتمثل هذه الخطوات في : مرحلة المجتمع التقليدي، مرحلة توفير الشروط اللازمة لعملية الانطلاق نحو النمو المستديم، مرحلة الانطلاق، مرحلة الاندفاع نحو النضج، ومرحلة الاستهلاك الجماهيري المرتفع.

فقد ثبت أنَّ الدول المتخلفة ما زالت في المراحل الأولى، ويجب عليها أن تتبع باقي الخطوات، الأمر الذي يتطلب ضرورة تعبئة الادخار المحلي والأجنبي لكي يحدث الاستثمار الكافي لتعجيل النمو.

- **نموذج النمو لهارود- دومار**: يشرح هذا النموذج الآلية الاقتصادية التي تقود إلى المزيد من النمو، إذ لا بد من تقديم إضافات استثمارية صافية جديدة إلى رصيد رأس المال وفقا للمعادلة التالية: $\frac{\Delta y}{y} = \frac{s}{k}$

بحيث أن y يمثل الناتج القومي الإجمالي، s الادخار، k رصيد رأس المال الكلي. وتقر المعادلة أعلاه أنَّ معدل النمو $\frac{\Delta y}{y}$ يكون محددا بالارتباط بين معدل الادخار القومي ومعامل رأس المال.

بالرجوع لنظرية المراحل لروستو وانطلاقا من تعريفه لمرحلة الانطلاق بقدرة الدول على ادخار من 15 % إلى 20 % من الناتج الوطني الإجمالي، وبالتالي فالنمو يحدث بمعدل أسرع من الدول التي ينخفض فيها الادخار وسيكون متواصلا وذاتيا.

لقد وجهت العديد من الانتقادات لنظرية المراحل الخطية، فالفروض الضمنية لهذه النظرية صيغت على أساسا واقع اقتصادي واجتماعي وتاريخي يختلف تماما عن واقع اقتصاديات الدول النامية، كذلك توفر المزيد من الادخار والاستثمار هي شروط ضرورية غير أنها لا تعد كافية لتحقيق التنمية.

### 2.2.1. نماذج التغيير الهيكلي

تهتم هذه النماذج بتحويل الهيكل الاقتصادي المؤسَّسي في الدول النامية من التركيز على قطاع الزراعة والقطاعات الأولية إلى القطاع الصناعي والخدمي كوسيلة لتحقيق النمو، ويعد نموذج لويس من أشهر نماذج التنمية، ففي ظله يتم تحويل فائض العمالة من القطاع الزراعي تدريجيا إلى القطاع الصناعي الحضري الحديث، لاسيما في إطار التحيز نحو استخدام التكنولوجيا وتزايد ندرة العمالة العاطلة في قطاع الزراعة، وهروب رأس المال، واستمرارا ارتفاع معدلات الأجور في القطاعات الصناعية.

أثبتت الدراسات التجريبية أنَّ عملية التنمية تتأثر بسياسات التنمية التي تتبعها الحكومات في الدول النامية، كما أنها تتأثر بالتجارة الدولية والسياسات الخاصة بالمعونات الأجنبية، وعليه فإنَّ مزيجا من السياسات الاقتصادية الصحيحة سوف يحدث نماذج راقية للنمو الذاتي المتواصل.

### 3.2.1. ثورة التبعية الدولية

تؤمن نماذج التبعية الدولية أنَّ الدول النامية محاصرة بالعراقيل المؤسسية والسياسية والاقتصادية سواء كانت محلية أم دولية، وهذا ما تفسره النماذج التالية:

#### 1- نموذج التبعية الاستعمارية الجديدة:

يعتبر هذا النموذج تطورا غير مباشر للتفكير الماركسي في التنمية الاقتصادية، فهو يبرر استمرار العالم الثالث في التخلف إلى التطور التاريخي للنظام الرأسمالي الدولي غير العادل والسيطرة القوية لدول الشمال الغنية على دول الجنوب الفقيرة. كما أنَّ رؤية الماركسيين الجدد لمشاكل التخلف والفقر تعود إلى سياسات الدول الصناعية الرأسمالية وامتداد تلك السياسات من خلال النخبة المحلية، إذن فالتخلف ظاهرة خارجية عكس ما تراه النظريات السابقة.

2- **نموذج المثال الكاذب:**

يركّز هذا النموذج على أنَّ الخبراء العاملين بالوكالات والمنظّمات الدولية يقدّمون نصائح خاطئة وغير مناسبة للدول النامية، تقود في الغالب إلى سياسات غير سليمة؛ من هنا تفشل معظم المفاهيم المعروضة من قبل خبراء الدول المتقدمة في وضع نموذج سليم وصالح لإحداث التنمية في الدول النامية.

3- **فرضية التنمية الثنائية:**

يشير هذا المفهوم إلى وجود واستمرار الفرق بين الدول الغنية والفقيرة على جميع الأصعدة.

إنَّ نماذج التبعية السابقة ترفض التأكيد المطلق على النظريات الاقتصادية الغربية التقليدية المصممة لتعجيل النمو كمفهوم للتنمية، مما أكّد على الحاجة إلى الإصلاح الاقتصادي، والسياسي، والمؤسسي على المستويين المحلي والدولي لتحرير الدول النامية من قيود التبعية. ويؤخذ على هذه النظرية أنها لم تقدم تفسيرا عن كيفية تحقيق التنمية.

### 4.2.1. الثورة النيوكلاسيكية المعاكسة (نماذج الليبرالية)

تتمثل الحجة الأساسية بأنَّ حالة التخلف الاقتصادي نتج عن سوء استخدام الموارد بسبب السياسات السعرية الخاطئة، والتدخل المفرط للحكومة في النشاط الاقتصادي، على هذا الأساس يرى الليبراليون الجدد

أنَّ النجاح بانتعاش الأسواق الحرة، خصخصة القطاع العام، حرية التجارية ...الخ يمكن أن يؤدِّي إلى تحفيز النمو الاقتصادي وزيادة الكفاءة الاقتصادية، وأنَّ سبب التخلف يرجع إلى التدخُّل المفرط للدولة، وانتشار الفساد، وغياب الحوافز الاقتصادية؛ لأنَّ التحرير والانفتاح سوف يؤديان إلى توفير مقادير إضافية من الاستثمار المحلي والأجنبي؛ مما يسمح بزيادة معدل التراكم الرأسمالي.

يؤخذ على هذه النظرية أنَّ آلية اليد الخفية لا تؤدِّي دوما إلى تحسين مستوى الرفاهية بشكل عام، وإنما تؤدِّي إلى تحسين أوضاع القلة الغنية على حساب الأغلبية الفقيرة، كما نجد أنَّ بعض الافتراضات الخاصة بسلوك المتغيرات الاقتصادية وتصورات السياسات الاقتصادية، التي تتضمنها النظرية الكلاسيكية الجديدة، تكون غير مناسبة عند تطبيقها على الدول المتخلفة التي تمتلك هياكل وتنظيمات مختلفة عن نظيراتها الموجودة في الدول المتقدمة، كما أنَّ الأداء الهزيل لهذه النظريات في تفسير مصادر النمو الاقتصادي طويل الأمد أدى إلى عدم قبولها.

### 5.2.1. نظرية النمو الحديثة (نماذج النمو الداخلي)

إنَّ المبدأ الرئيس لهذه النظرية هو تفسير العوامل التي تحدِّد حجم ومعدل النمو، وقد أعادت نظرية النمو الحديثة التأكيد على أهمية الادخار والاستثمار في رأس المال البشري في تحقيق النمو السريع في العالم

الثالث. لذلك فهي تدعو إلى تشجيع التنمية الاقتصادية من خلال الاستثمارات المباشرة وغير المباشرة في مكوِّنات رأس المال، وتشجيع الاستثمار الأجنبي والخاصِّ في الصناعات الكثيفة المعروفة، مثل برامج الكومبيوتر والاتصالات.

إنَّ نظريات النمو الحديثة أو الذاتية قد بينت بصورة واضحة أثر التغيرات النوعية في عوامل الإنتاج على النمو في الأجل الطويل، وقامت بتحليل عوامل نمو الإنتاجية، وظنَّت أنه بإمكان الاقتصاديات النامية اللحاق بالاقتصاديات المتقدمة، وبالتالي تحقق تقارب في مستويات الدخل الفردي (البنك الدولي، 2000: 78) (05) وقد خلصت هذه النظريات إلى أنَّ النمو الاقتصادي يعتمد بصفة أساسية على سلوك أطراف النشاط الاقتصادي، وأكَّدت على أهمية الاستثمار في رأس المال البشري والصناعات كثيفة المعرفة في التعجيل بالنمو في الدول النامية، ويؤخذ على هذه النظرية أنها ما زالت تعتمد على عدد من فروض النيوكلاسيكية التقليدية، التي غالبا ما تكون غير ملائمة لدول العالم الثالث، وإهمالها لأثر النمو في الأجلين القصير والمتوسط، بسبب تركيزها على المحدِّدات طويلة الأجل لمعدلات النمو، وعلى الرغم من أنها ما زالت في طور التكوين إلاَّ أن الدراسات التجريبية التي تناولت قدرة نظريات النمو الداخلي على التنبؤ قد أظهرت تأييدا محدودا لهذه النظريات.

تتسم البلدان النامية بالجمود المؤسَّسي، وعدم المساواة الاقتصادية والاجتماعية؛ فمن المرجَّح أن تفشل جهود التنمية، سواء تمت في إطار نظام السوق أم في ظل التدخل الحكومي، فالأمر ليس اختيارا بين هذا وذاك طبقا للإديولوجيات الموجودة، وإنما يستلزم الأمر دراسة أوضاع كل دولة على حده، والأخذ بعين الاعتبار الواقع المؤسَّسي والسياسي المعاصر في الدول الأقل تقدُّما، واختيار المفاهيم والنماذج التي ترتبط بقضايا التنمية.

## المحور الثاني: الفكر التنموي في ظل الليبرالية الاقتصادية الجديدة وتكريس التبعية

شهد العالم خلال الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية اهتماما واسعا بقضايا التنمية والنمو على الصعيدين النظري والسياسات الحكومية، وتجسَّد ذلك من خلال تأسيس العديد من مؤسسات التنمية الدولية والإقليمية، بهدف مساعدة الدول النامية في دعم جهودها الإنمائية، والتي كان لها الأثر الواضح في رسم وتحديد معالم السياسات والاستراتيجيات التنموية بهذه الدول.

### 1.2. الظروف التاريخية والاقتصادية لميلاد نموذج التنمية الليبرالية الجديدة

تعدُّ التنمية هدفا تسعى إلى تحقيقه كافة الدول لاسيما النامية، هذه الأخيرة على الرغم من كلِّ الجهود والتضحيات الجسام التي بذلتها لم تصل إلى ما تطمح إليه، ذلك لأنَّ نمط التفكير الذي أفرزه الفكر التنموي الغربي كانت له قوة السيطرة على واضعي وراسمي السياسات الاقتصادية في هذه

الدول، معتمدا في ذلك على ما زخرت به ترسانة ما أصطُلح عليه "**باقتصاديات التنمية والتخلف**"، التي شكلت فرعا جديدا في النظرية الاقتصادية عقب انتهاء الحرب العالمية الثانية.

إنَّ نظريات النمو الحديثة أو الذاتية قد بينت بصورة واضحة أثر التغيرات النوعية في عوامل الإنتاج على النمو في الأجل الطويل، وقامت بتحليل عوامل نمو الإنتاجية، وظنت أنه بإمكان الاقتصاديات النامية اللحاق بالاقتصاديات المتقدمة وبالتالي تحقق تقارب في مستويات الدخل الفردي (رمزي زكي، 2001: 124) (06) والنابعة من نشوء ثلاث مشروعات تنموية تجسدت في (منير الحمش، د س ن) (07):

ظهور **مشروع التنمية في الدول النامية**، القائم على أساس تدخل الدولة والممارسات الشعبية.

**مشروع التنمية في الدول الصناعية المتقدمة**، في ظل دولة الرفاهية، استرشادا بالفكر الكينزي التدخلي .

**مشروع التنمية الاشتراكية**، في دول الاتحاد السوفيتي استرشادا بالنظرية الماركسية.

وقد كان لهذه التطورات أن ألقت بضلالها على الفكر التنموي خلال النصف الثاني من القرن الماضي في ظل ما قدمته الترسانة الفكرية لاقتصاديات التنمية والتخلف من تفسير ووصف لظاهرة التخلف في الدول النامية، بحيث أهمل الطبيعة الخاصة التي يتسم بها النسق الاقتصادي والاجتماعي لهذه الدول، وصاغ تحليلاته - رغم اختلاف مدارسه - في سياق نماذج عامة، نظَّرت للتنمية على أساس أنها نمو اقتصادي متعدد المراحل، فكانت بذلك نظرية المراحل لروستو، ونماذج هارولد ودومار.. الخ (مشال تودارو، 2006) (08)، وانطلاقا من الاعتقاد السائد بأنَّ نماذج النمو الرأسمالي هي الأمثل في علاج مشكلات التخلف في الدول النامية من خلال الإسقاط الميكانيكي للخبرات والمشكلات التي واجهت هذه النماذج في الدول المتقدمة (فوزي الأخناوي، د س ن: 155) (09)، وبالتالي فإنَّ الدول النامية ستحقق النمو المطلوب بمجرد مرورها بتلك المراحل بما يفيد أنَّ مسألة التنمية هي مسألة وقت فقط، حيث يقول الرئيس الأمريكي هنري ترومان "**إنَّ الإنسانية تملك لأوَّل مرة في التاريخ المعرفة والقدرة على التغلب على البؤس ومعاناة الشعوب، وأنَّ الإقلاع من التخلف بات ممكنا باتباع ذات الطريق الذي سلكته الدول المتقدمة**" (بشاينية سعد، 2004) (10).

لقد أثبت الفكر التنموي السائد خلال عقد الخمسينيات والستينيات، والذي أنتج ما عرف **باسم نماذج النمو**، قصورَه في تقديم آليات وسياسات فعالة لتحقيق التنمية، بسبب قصور رؤيته وتفسيره لظاهرة التخلف، وكيفية الانتقال إلى مرحلة النمو والتقدم، حيث تم التركيز على دراسة العلاقات الفنية بين المتغيرات الاقتصادية المختلفة (فوزي الأخناوي، د س ن: 160) (11) دون الأخذ بعين الاعتبار التغيرات الهيكلية للاقتصاد، وأشكال توزيع الدخل، والخصوصيات التي تتمتع بها الدول النامية على الصعيدين الداخلي والخارجي، الأمر الذي يقودنا إلى القول بأنَّ نتائج تجارب التنمية خلال هذين العقدين لم تكن محفزة الرغم من أنَّ العديد من الدول قد حققت معدلات نمو مرتفعة نسبيا، وهو ما يوحي بأنَّ عملية التنمية ليست عملية اقتصادية بحتة بقدر ما هي نسق اقتصادي اجتماعي وسياسي مترابط.

ومع مطلع السبعينيات توفرت لدى الدول النامية فرص جديدة لدعم جهودها الإنمائية، تمثلت في وفرة الموارد المالية الموجهة للإقراض في الأسواق المالية الدولية، حيث شهدت هذه الفترة تسابق المؤسَّسات المالية الدولية والبنوك التجارية في إمداد الدول النامية بالقروض والمعونات المالية لتخطي مشاكلها التنموية والاستمرار على درب التنمية، غير أنَّ هذه السياسات التنموية التي طبقت كانت تحمل في طياتها بذور فشلها وانهيارها، نظرا للاعتقاد الذي ساد بإمكانية شراء التنمية من خلال استيراد التجهيزات والخبرات الفنية الغربية الجاهزة، وما عزز هذا الاعتقاد هو توسع الدول النامية في تحسين الخدمات المقدَّمة إلى شعوبها من خلال زيادة الدخول والتوسع في الاستيراد، ليكون بذلك الحجاب الذي أخفى خلفه حقيقة الفشل الذريع لهذه السياسات التنموية، إذ وجدت معظم الدول النامية نفسها تتخبط في لعبة القروض الدولية بداية من منتصف السبعينيات، لتزداد حدتها في الثمانينيات بتوقف بعض الدول كالمكسيك والأرجنتين عن دفع أعباء ديونها، وكرد فعل لنتائج التنمية المخيبة للآمال خلال العقود السابقة بدأ يتبلور لدى صندوق والبنك الدوليين توجه جديد في رسم السياسات التنموية، تمثلت في وضع برنامج للإصلاح الاقتصادي للدول النامية كمبرر لجدولة ديونها جوهره الليبرالية الاقتصادية الجديدة، وشعاره الحرية الاقتصادية وتقليص الدور الاقتصادي للدولة، وقد توج هذا البرنامج بصدور **توافق واشنطن سنة 1989** بين ثلاثة أطراف هي صندوق النقد الدولي، البنك الدولي وحكومة الولايات المتحدة الأمريكية، كوصفة تنموية جديدة لمساعدة الدول النامية في إجراء تحولات في اقتصادها.

### 2.2. الإطار العام لنموذج التنمية في إطار سياسات وفاق واشنطن

عرف الاقتصاد العالمي خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين تحولات عميقة في مجال تحديد الرؤى والتوجهات الدولية للتنمية، والتي يمكن تفسيرها بفشل الرؤى السابقة في تحقيق التنمية المنشودة في الدول النامية، وبدا من الواضح أن خيار التنمية الذي تحكمه آليات وقوانين السوق في ظل سياسات الليبرالية الاقتصادية الجديدة هو المنفذ الذي يمكن أن يخرج هذه الدول من أزمتها في ضوء الترويج والضغط للأخذ بهذا الخيار من طرف الثنائية النقدية الدولية (رمزي زكي، 1993) (12)، من هنا دخلت الدول النامية مرحلة جديدة سميت بمرحلة الإصلاح الاقتصادي والتحول نحو اقتصاد السوق في ظل تداعيات العولمة والاندماج في الاقتصاد العالمي، حيث تم صياغة سياسات توافق واشنطن التي وضعها الاقتصادي الأمريكي جون وليامسن سنة 1989 تضمنت عشر وصايا يمكن إيجازها فيما يلي (وداد أحمد كيكسو، 2002) و(إبراهيم العيسوي، 2006) (13):

سياسات الترشيد المالي، الموجَّهة نحو تقليص عجز الموازنة، وتخفيض الإنفاق العام، وتشجيع الدول الانسحاب منها:

إعادة ترتيب أولويات الإنفاق العام.

الإصلاح الضريبي.

إصلاح نظام الصرف.

تأمين حقوق الملكية.

دمقرطة المؤسَّسات السياسية، وتفكيك البيروقراطية الإدارية.

تحرير التجارة الخارجية.

خصخصة القطاع العام.

تشجيع الاستثمار الأجنبي.

التحرير المالي.

ونظرا للجدل والغموض الذي دار حول هذه الاتفاقية كطريق للإصلاح الاقتصادي، خاصة في ظل الإخفاق التنموي الذي منيت به في دول روسيا وأوربا الشرقية، ونجاح دول شرق آسيا في تجاوز أزمتها المالية، عندما خالفت هذه الاتفاقية واتبعت سياسات أخرى أكثر ملاءة لواقعها ونسقها الاقتصادي والاجتماعي (وداد أحمد كيكسو،2002: 23) (14) أدى براسمي وصانعي السياسات المالية الدولية إلى ضرورة إحداث تعديلات على هذه الاتفاقية على النحو الذي توجت به ما سمي بـ"**ما بعد توافق واشنطن**" حيث تم التركيز فيها على الديمقراطية، والعدالة، وعامل الثبات والاستمرارية، للحفاظ على مكاسب العملية التنموية؛ فضلا على إعادة الاعتبار لدور الدولة في التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي، وما تنطوي عليه من تحسين مستوى المعيشة، وإبعاد شبح الفقر، والحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية؛ تعزيزا لمفهوم التنمية المستدامة. ويظهر هذا الاهتمام من خلال تقرير البنك الدولي حول التنمية لعام 1997، والذي جاء فيه ما يلي: " **لاشك أن التنمية التي تسيطر عليها الدولة قد فشلت، ولكن فشلت أيضا التنمية التي لم تتم بغير الدولة، ولقد أثبت التاريخ مرارا وتكرارا أن الحكومة الجيدة ليست من قبيل الترف، بل هي ضرورة حيوية، لأنه بدون دولة فعالة، يتعذر تحقيق التنمية المستدامة، سواء في جانبها الاقتصادي أو الاجتماعي**" (منير الحمش، د س ن) (15).

لقد أثبتت التجارب أنَّ السياسات التنموية التي انطوت عليها برامج الإصلاح الاقتصادي أدت إلى آثار وخيمة على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للدول النامية، وهو ما أكّده الأمين العام للأمم المتحدة في قمة الألفية المنعقدة سنة 2000، حيث أدّت هذه السياسات في العديد من الدول إلى تعطيل النمو، وازدياد نسب البطالة، واتساع رقعة الفقر، خاصة في دول غربي آسيا، ودول أفريقيا جنوب الصحراء. الشيء الذي يوحي بأن هذه الدول قد لا تحقق الهدف الخاص بخفض وفيات الأطفال في الموعد المحدد لتحقيق أهداف الألفية وهو 2015، إضافة إلى استفحال أزمة الديون الخارجية.

### 3.2. تقييم نموذج التنمية الليبرالية

لقد أخذت عملية الإصلاح الاقتصادي في الدول النامية بالتسارع منذ تفجر أزمة المديونية، وصدور وفاق واشنطن، الذي روَّجت له المؤسسات المالية الدولية والدول الرأسمالية المتقدمة برئاسة الو،م،أ كأحد الخطوات الهامة لتأهيل هذه الاقتصاديات ومعالجة الاختلالات الهيكلية التي تعاني منها بما يتوافق والتخلي عن إجراءات الحماية الاجتماعية، خصخصة القطاع العام وتحرير التجارة..إلخ.

ويمكن الوقوف على أهم نتائج سياسات الإصلاح الاقتصادي في الدول النامية، والبرهنة على مدى نجاحها أو فشلها في تحقيق الأهداف المطلوبة، من خلال استعراض ما تحقق في مجالات النمو الاقتصادي: البطالة، الفقر، المديونية الخارجية، التبعية.

وفيما يلي عرض موجز لأبرز التطورات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها فترة الإصلاح.

**أولا.النمو الاقتصادي:** تشير البيانات المتاحة من المصادر المتعددة إلى أنَّ معدل النمو الاقتصادي العالمي مقاسا بالناتج المحلي الحقيقي قد عرف ارتفاعا ملحوظا خلال سنة 2003 بنسبة 3.9%، بعدما كان 3% سنة 2002، ويرجع السبب في ذلك إلى تحسن معدلات النمو في الدول النامية والصناعية على النحو الذي يبينه الشكل رقم (01).

من خلال القراءة المستفيضة للشكل السالف الذكر نتبين أنَّ معدلات النمو المحققة خلال العقدين الأخيرين في الدول النامية فاقت معدلات النمو في الدول الصناعية، غير أنها لم تصل إلى تلك المعدلات المحققة في الستينيات والسبعينيات، كما أنَّ الدول التي تمر بمرحلة انتقال عرفت معدلات نمو اقتصادي سلبية ابتداء من سنة 1993 حيث قدرت بـ- 8.9% ليصل سنة 1998 إلى - 0.8 % والسبب في ذلك يرجع إلى التأثير الانكماشي لبرامج الإصلاح المتبعة، وما تقتضيه من إجراءات تقييدية في النفقات العامة بما في ذلك الاستثمار العام، الشيء الذي انعكس على النمو المحقق في التسعينيات فضلا عن حالات اللااستقرار التي عرفتها بعض الدول أمثال: البرازيل، ودول أمريكا اللاتينية، الذي رافق سلسلة التصحيحات المتبعة، والتأخر في تنفيذ سياسات فعالة لتصحيح الأوضاع الاقتصادية.

**ثانيا. معدل التضخم:** لم تتمكن العديد من الدول النامية التي تمر اقتصادياتها بمرحلة انتقالية من تقليل التضخم إلى مستويات منخفضة، ويرجع ذلك إلى زيادة الكتلة النقدية، وتصحيح الأسعار النسبية، وصدمات الأجور النسبية، والجدول رقم (01) يكشف لنا حقيقة الفشل الذي منيت به الدول النامية في احتواء الزيادات المتواصلة في الأسعار، حيث يتضح جليا أن معدلات التضخم في ارتفاع مستمر بداية من سنة 1993 حيث بلغت حيث بلغت أقصاها بـ635.8 % لتعرف بعد ذلك تحسنا بداية من سنة 1996 حيث قدرت بـ11% و 6 % في الدول النامية، ولعل السبب الرئيسي وراء ذلك هو ارتفاع سعر العملات الأجنبية، العجز بميزان مدفوعات الدول النامية، فضلا على المضاربة على الدولار لتحقيق أرباح سريعة.

**ثالثا. العجز في الموازنة والحسابات الجارية:** عرفت البلدان النامية عجزا متواصلا في ميزانيتها العامة بداية من سنة 1993، بحيث قدِّرت بـ- 6.8% لتعرف بعد ذلك تحسنا سنة 1999 حيث قدرت بـ - 2.2%، ويرجع السبب في ذلك إلى ما تقتضيه سياسات الإصلاح الاقتصادي من خفض عجز الموازنات، وتقييد النفقات وتراجع دور الدولة، ثم بدأت بالتدهور من جديد لتقدر سنة 2002 بـ- 2.3%. وهذا راجع إلى ارتفاع أسعار النفط، والذي أدَّى إلى تفاقم عجز الموازنات العامة في الدول النامية المستوردة له.

أمَّا فيما يتعلق بالحسابات الجارية، فإنّ هذه الأخيرة سجلت عجزا قدر بـ - 5 بليون دولار سنة 1992 بالنسبة للدول التي تمر بمرحلة انتقالية، و8.5 بليون دولار في الدول النامية، وتشير الإحصائيات إلى أنَّ الحساب الجاري قد حقق فائضا خلال سنة 2000 بـ7 بليون دولار ليحقق عجزا بـ- 3 بايون دولار سنة 2001.

**رابعا. ازدياد الفقر والأمية:** يمكن تلخيص أهم نتائج برنامج الإصلاح الاقتصادي من خلال التقرير الذي أعده الأمين العام للأمم المتحدة كوفي عنان، بشأن قمة الألفية لسنة 2000، إذ شبه العالم بقرية صغيرة يسكنها 100 شخص ومن بينهم 78 % فقيرا يعيشون بأقل من دولارين في اليوم، و15 % غني، و7 % يمرون بمرحلة انتقالية، وتشير تقارير الأمم المتحدة لسنة 2003 أنَّ في العالم اليوم 6.8 مليار شخص يعيشون على أقل من دولارين في اليوم و1.2 مليار شخص يعيشون على أقل من دولار في اليوم، وهم فقراء فقرا مدقعا، كما أنَّ معدلات الأمية لا تزال تتعدى 50 % في بلدان أفريقيا جنوب الصحراء، و35 % في جنوب آسيا (منير الحمش، د س ن)، ولعل السبب الرئيس وراء هذه الأرقام المذهلة يعود إلى:

تأثير السياسات الانكماشية على خسارة مناصب العمل وارتفاع البطالة.

عمليات الخصخصة وما نجم عنها من تسريح العمال.

تحرير التجارة الخارجية وانعكاساته السلبية على الصناعات المحلية وبالتالي على فرص العمل.

وفي ضوء الدراسة التي أدتها الشبكة الدولية للمراجعة التشاركية لبرامج التكيف الهيكلي SAPRIN فيما يخص بحث الآثار الاقتصادية والاجتماعية لبرامج الإصلاح الاقتصادي في عينة من الدول النامية ضمت تسع دول للفترة 1997- 2002 التي نوجز منها (ابراهيم العيسوي، 2006) (17):

أدت سياسات التحرير التجاري التي نصت عليها سياسات الإصلاح الاقتصادي إلى تكريس علاقات التبادل غير المتكافئ بين دول الدراسة والدول المتقدِّمة، بحيث عرفت نموا كبيرا في واردات هذه الدول على حساب صادراتها، الأمر الذي زاد من حجم العجز في الميزان التجاري والحساب الجاري لميزان المدفوعات، وبالتالي تضخم المديونية الخارجية، وتعثر العديد من المشروعات الوطنية، سميا المتوسطة والصغيرة، بسبب ضعف قدرتها التنافسية أمام الواردات الرخيصة، فضلا عن تدهور معدلات التوظيف وارتفاع نسب البطالة.

أدَّى التحرير المالي إلى ضعف الكفاءة الاقتصادية في القطاع البنكي، واتساع الفجوة بين سعر الفائدة على الإقراض، وسعر فائدة الادخار في دول الدراسة، فضلا على إضعاف دور الدولة وزيادة تعرض اقتصاديات هذه الدول للصدمات الخارجية.

أمَّا فيما يخصُّ الآثار على قطاعي التعليم والصحة فقد أثبتت أنَّ الإصلاحات المتبعة أدَّت إلى تخفيض محسوس في دور الدولة وتقديم الخدمات المجانية العامَّة لغالبية السكان، وجعلها تخضع لقواعد السوق.

### 4.2. نقد نموذج التنمية في ظل سياسات وفاق واشنطن

يرى الدكتور رمزي زكي أنَّ مضمون نموذج التنمية في ظل الليبرالية الاقتصادية الجديدة كثيرا ما ما انطوى على علاقة سيطرة وهيمنة الدول من الخارج، وعلى استبداد وتقييد للحريات من الداخل، في ظلِّ تغييب شبه تام لمصطلحات العدالة الاجتماعية والتنمية، أمام الاستخدام الواسع لمصطلح الإصلاح والتكيف (رمزي زكي، 1993) (18) بما نجم عنه تعطيل الإرادة الوطنية، وزيادة تبعية الدول المطبقة لهذا النموذج للدول الرأسمالية المتقدمة.

والتبعية في هذا السياق تنطوي على علاقة استغلال وتبادل غير متكافئ بين الدول المتقدمة والنامية، من هنا يمكن حصر المداخل الأساسية التي يؤدي من خلالها تطبيق هذا النموذج إلى التبعية فيما يلي:

**أ. مدخل تدخل الدولة:** إنَّ ما ينطوي عليه نموذج التنمية هذا من تقليص لدور الحكومة في النشاط الاقتصادي كأحد الاتجاهات الرئيسة لإدماج الاقتصاد المحلي في الاقتصاد العالمي، سيترتب عنه لا محالة إضعاف السيادة الوطنية، وتآكل الحيز المتاح للسياسات الوطنية أمام صانعي وواضعي السياسات الاقتصادية في الدول النامية، وبالتالي تعطيل الإرادة الوطنية.

**ب. مدخل تحرير التجارة والاستثمار الأجنبي المباشر**: إنَّ الوقائع التاريخية أثبتت أنَّ ما حقَّقته الدول المتقدمة في مجال التنمية لم يتأتى إلا تحت أسوار الحماية، وبالتالي فإنَّ ما يدعو إليه هذه النموذج سيدخل اقتصاديات الدول النامية المتميزة بضعف قدرتها التنافسية في سباق غير متكافئ، سيقضى على الصناعات الناشئة بهذه الدول، ويضعف رأسمالها المحلي، وهو ما يتنافى مع إعلان الحق في التنمية الذي أصدرته الأمم المتحدة سنة 1986، وبالتالي فإنَّ **التحرير قبل التمكين خطر جسيم** سيؤدي حتما إلى التبعية.

**ج.مدخل الخوصصة والتحرير المالي:** إنَّ أهم ما يترتب على تطبيق هذا النموذج هو المساس بالسيادة الوطنية للدول النامية عن طريق سياسة الخوصصة التي تفتح الباب على مصراعيه أمام ملكية الخواص والأجانب للأصول الوطنية، والتي قد تؤدي إلى سيطرتهم على السوق الوطنية، فهي بهذا المعنى تعني إعادة توزيع الثروة لصالح البرجوازية المحلية والأجنبية (رمزي زكي، 1993) (19)، كما أنَّ التحرير المالي وما يتضمَّنه من حرية انتقال رؤوس الأموال عبر الحدود الإقليمية للدولة قد يزيد من احتمال تعرُّض اقتصاديات الدول النامية للأزمات، بفعل هشاشة أسواقها ونظمها المالية، وخروج رؤوس الأموال الخاصَّة المحلية إلى الخارج، كلُّ هذه العوامل تعدُّ من تداعيات تكريس التبعية.

باختصار يمكن القول إنَّ سياسات التنمية التي صيغت على خطى وفاق واشنطن، وتلبية لتداعيات العولمة والاندماج في النظام الاقتصادي العالمي الجديد قد أفضت إلى نتيجتين هما: تراجع معدلات النمو، وزيادة تهميش الدول والشعوب الفقيرة، وتراجع مؤشرات التنمية الإنسانية. وفي ضوء هاتين النتيجتين ظهرت دعوى للبحث عن نموذج تنموي بديل يعمل على تحرير المجتمعات الفقيرة من قيود الفقر والجهل والاستغلال والتبعية للعالم الخارجي، ويوفر لها فرص إعادة البناء الذاتي.

## المحور الثالث: التنمية الذاتية: النموذج التنموي البديل

في ظل فشل النموذج التنموي السابق في الدول النامية، والذي اتسم بالتحول نحو العولمة والاندماج في الاقتصاد العالمي، وما اقتضاه من تحرير تجاري ومالي، ظهرت الحاجة إلى البحث عن نموذج تنموي جديد لمواجهة تحديات الفقر، البطالة، والديون، ومشكلة التبعية التي أسفر النموذج السابق للتنمية والسير الحثيث نحو بلوغ الأهداف الإنمائية للألفية المزمع تحقيقها بحلول 2015، من هنا ظهر مفهوم **التنمية المعتمدة على الذات**، وأخذ يشغل حيزا كبيرا في الدراسات التنموية المعاصرة.

### 1. نحو تعريف جديد للتنمية: التنمية الذاتية

مما لا شك فيه أنَّ تجارب التنمية التي شهدها القرن العشرين أفضت إلى قناعة راسخة مفادها إنه لا يمكن أن يكون هناك نموذج أو سياسة تصلح لأغراض التنمية في كافة الدول، الأمر الذي أدى إلى ظهور مفهوم التنمية الذاتية باعتباره النموذج التنموي البديل، الذي يأخذ في الحسبان الخصائص والقدرات الذاتية لكل مجتمع.

وتدور الفكرة الرئيسة لمفهوم التنمية الذاتية من قدرة الشعوب والمجتمعات على توظيف طاقاتها ومواردها المادية والمعنوية في تلبية وتحقيق الاكتفاء الذاتي، وبما يتيح لها بناء اقتصاد قوي غير تابع، قادر على مواجهة الرهانات التي تقرضها العولمة، فهي بهذا تعني **الاعتماد على النفس** (شاكر اليساوي، د س ن) (20)، إلى الحدِّ المؤدِّي للخروج من التبعية، وفك الارتباط مع العالم الخارجيِّ، دون أن يعني ذلك العزلة أو القطيعة معه، وهو مضمون استقلالية التنمية، إذ يشير الدكتور عبد الزهرة فيصل يونس إلى ضرورة إعطاء الأهمية اللازمة لمقتضيات تنموية وطنية شاملة، وإخضاع العلاقات الخارجية لمقتضيات هذه الخطة، على عكس استراتيجية التكيف القائمة على الانخراط في الاتجاهات السائدة على الصعيد الدولي، ومحاولة الاستفادة منها. كما أنَّ الاعتماد على الذات حسبه لا يعني الاكتفاء بتقليص اللجوء إلى الخارج، بل يعني تعظيم الاستفادة من الموارد الوطنية، والعمل على تنميتها، وترشيد استخدامها، بما يعزِّز تحقيق النمو الاقتصادي. ويزيد من درجة الإشباع للحاجات الأساسية (عبد الزهرة فيصل يونس، 2002: 127) (21).

لقد تناول المفكرون الاقتصاديون العرب أمثال رمزي زكي، سمير أمين، إبراهيم العيسوي... وغيرهم، موضوعَ التنمية المعتمدة على الذات في دراساتهم التي حاولوا من خلالها شرح وتحديد المرتكزات الأساسية التي يمكن الاعتماد عليها في تكوين تصور لهذا المفهوم على النحو التالي:

أنَّ التنمية المعتمدة على الذات عملية حضارية تاريخية، يلعب البعد الزمني أهمية كبيرة في تعريفها (سعد حسين فتح الله، 1995: 46) (22)

أنَّ التنمية الذاتية أو المستقلة، هي تنمية بيئية، تتطلب الاستغلال الأمثل والرشيد للموارد الطبيعية وتحريرها من الاستغلال والسيطرة الأجنبية، وبما يضمن المحافظة على حقِّ الأجيال القادمة.

ينطوي مفهوم التنمية الذاتية على التوجُّه نحو الداخل في صنع السياسات الاقتصادية، والاجتماعية، مع الأخذ بعين الاعتبار دور الدولة كراسم وموجه لخطط التنمية.

يقوم مفهوم التنمية الذاتية على إعادة النظر في الدور الذي أضطلع به التمويل الخارجي في تمويل التنمية والتوجه نحو رفع معدلات الادخار المحلي.

توسيع مجالات التعاون بين دول العالم الثالث "**جنوب، جنوب**"، بما يحقِّق تنمية القدرات الذاتية لهذه الدول في مجالات التجارة، الإنتاج، التكنولوجيا، ويعزز قدراتها التفاوضية مع المنظَّمات الدولية فيما يخصُّ قضايا التجارة، الديون، الاستثمار الملكية الفكرية ...إلخ.

الارتقاء بالعنصر البشري، وتطوير قدراته، وفسح المجال أمامه، في المشاركة الفعَّالة في الإنتاج وصنع القرار، وتحقيق العدالة الاجتماعية من خلال التوزيع العادل للثروة.

انطلاقا ممَّا سبق يمكن القول إنَّ التنمية الذاتية، كمشروع حضاري متميز عن نموذج التنمية الرأسمالية، هي التنمية التي تؤدِّي - عبر مسيرتها التغييرية المتواصلة - إلى التخفيض التدريجي للتبعية الاقتصادية، الذي يعتبر من المؤشرات الهامة التي يمكن من خلالها التمييز بين عملية التنمية وبين عمليات التغريب. فهذا الارتباط والتلازم بين التنمية والاعتماد على الذات والاستقلال الاقتصادي، جعل أحد الباحثين يؤكد على وحدة العملية باعتبار أنَّ **التنمية الاقتصادية هي الاستقلال الاقتصادي، والاستقلال الاقتصادي يعني عندئذ التنمية الاقتصادية**، من هنا يمكن إدراج التعريف التالي للتنمية الذاتية المتمثل في "تلك العملية التي تتضمن فعلا ديناميكيا بعيد الأمد، يتناول بالتغيير حالات الكفاءة الإنتاجية، والعدالة الاجتماعية، والعلاقات البنيانية كافة، بما يكفل تعظيم القدرات الذاتية للبلد، بشكل منفرد أو ضمن تكامل إقليمي أو قومي، وبما يؤمِّن استقلالية القرار الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، بعيد قدر الإمكان عن أي تأثيرات خارجية "(سعد حسين فتح الله، 1995: 47) (23).

### 2.3. إستراتيجية التنمية المستقلة وأبعادها

يقصد باستراتيجية التنمية المستقلة المسار الذي يتمُّ تبنيه من طرف القيادة أو السلطة الحاكمة لبلوغ الأهداف التنموية المسطرة في إطار النهوض الشامل بالمجتمع، بالاعتماد على موارد المجتمع الذاتية والقدرة على اتخاذ القرار المستقل فيما يتعلق باستغلال هذه الموارد، فضلا عن فكِّ الارتباط بالعالم الخارجي الذي يمكن اعتباره عنصرا مهمًّا في بناء إستراتيجية التنمية المستقلة (سعد حسين فتح الله، 1995: 53) (24) والتي يمكن تحديدها بـ:

الاستغلال الرشيد للموارد الطبيعية والمحلية وتوجيهها نحو القطاعات الاقتصادية التي تلبي حاجيات السكان الأساسية.

تحقيق تكامل بين قطاعي الزارعة والصناعة، وتطويرهما بالشكل الذي يحقِّق معدلات مرتفعة للنمو والعمالة.

التعاون الإقليمي وإعادة الارتباط مع الدول النامية التي تشترك بدرجة متقاربة من النمو والتطور الأمر الذي يوفر فرص متقاربة لكافة الدول (عبد الزهرة فيصل يونس، 2002: 128) (25).

النهوض بالعنصر البشري وتعزيز قدراته المعرفية والصحية .

إنَّ المتتبع لمفهوم التنمية على المستويين النظري والعملي يجد، لا محالة، أنَّ هناك أبعادا تحددها ومعالم تميزها كمشروع للنهوض الحضاري، لا بدَّ من فهمه ومراعاته، ومن أبرز هذه الأبعاد نذكر:

**أ. البعد الاقتصادي:**

ويقصد به تحقيق معدلات نمو اقتصادي من خلال تنويع وتطوير هيكل الإنتاج الوطني في ظل تقوية البنى الأساسية، وتعزيز الترابط الأمامي والخلفي بين قطاعي الزراعة والصناعة، وبما يحسن القدرات التنافسية لدى التعامل مع الخارج. أمَّا فيما يخص التمويل لمختلف القطاعات الاقتصادية فسيتم اللجوء إلى تعبئة الادخار الوطني، وتشجيع الاستثمار الخاص المحلي، مع تقليص اللجوء والاعتماد على مصادر التمويل الخارجي "القروض والاستثمارات الأجنبية" المرتبطة في الغالب بشروط.

**ب. البعد البيئي:**

وينطلق من فكرة أساسية مؤداها: إنَّ الاستغلال والاستنزاف غير الرشيد للموارد الطبيعية سينجم عنه آثار ضارة على التنمية وعلى الاقتصاد ككل، لهذا فإنه ينبغي أن تنُصَّ السياسات التنموية على احترام مقومات البيئة التي يعيش فيها الإنسان، وأن تعمل على تلبية الاحتياجات الضرورية للجيل الحالي، من دون المساس بحقِّ الجيل القادم.

**ج.البعد البشري:**

تنظر التنمية المستقلة إلى البشر على أنهم الثروة الحقيقية للمجتمع، وأنَّ التنمية البشرية ما هي إلا عملية توسيع الخيارات، لذا فمضمون التنمية الذاتية ينصرف إلى تلبية الحاجات البشرية: من تعليم، توفير الصحة، محاربة الفقر، ضمان حق التعبير والمشاركة في اتخاذ القرار؛ في ضوء استراتيتيجة تنظر إلى الإنفاق على ما سبق ذكره، هو تنمية للموارد لا استنزاف لها.

**د. البعد الدولي:**

يرتبط بطبيعة النظام الاقتصادي العالمي والعلاقات شمال جنوب، وجنوب جنوب، من خلال العمل على دعم مختلف أشكال التعاون الاقتصادي الإقليمي بين دول الجنوب، بالشكل الذي يعزز مواقفها التفاوضية فيما يخص مجالات التجارة والاستثمار...إلخ.

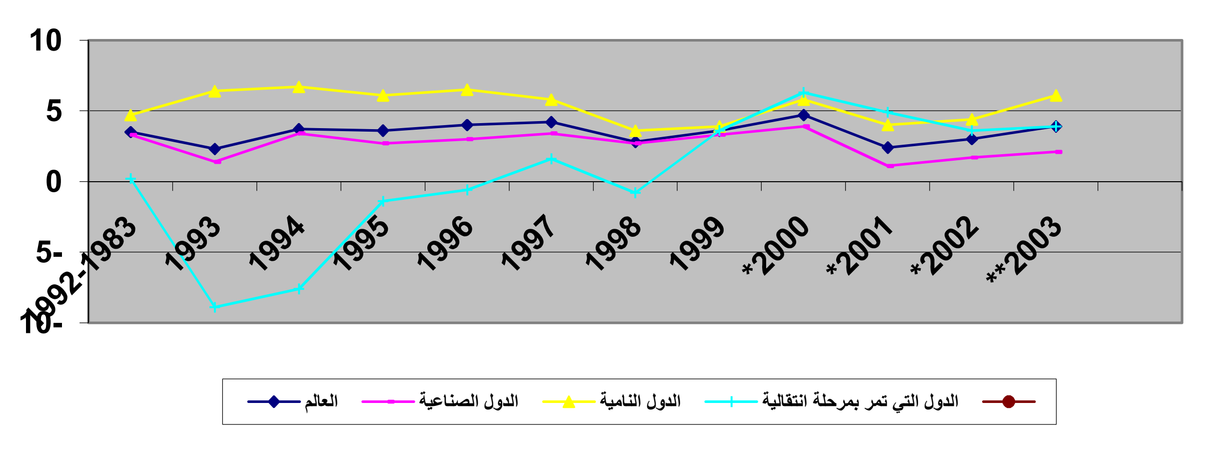
ممّا تقدم نخلص إلى القول إنّ نموذج التنمية الذاتية قد أعطى الأهمية الكبرى للعنصر البشري، وحثّ على تنميته، وتأطيره، وتفعيل مشاركته في العملية الإنتاجية واتخاذ القرار، مع أمكانية تحديد التطور وحالة التنمية لبلد ما من خلال تحديد موقعه على متصل يتراوح بين الصفر والمائة مثلا، والذي يعبر عن مدى الاستقلال التنموي.

## الخاتمــة::

على ضوء ما تم عرضه وتقديمه في هذه الدراسة، نتبين أنَّ الأحداث والوقائع التي شهدها الاقتصادي العالمي منذ منتصف القرن الماضي لعبت دورا رياديا في تحديد طبيعة رؤى ومفاهيم التنمية في ظل الصراعات الإيديولوجية، يوم كانت السيطرة للثنائية القطبية، هذه الأخيرة التي أثرت على المسار التنموي في الدول النامية الذي أعتمد على محاكاة نماذج النمو والتنمية الغربية، بحيث يمكن القول إنَّه مرَّ بثلاث مراحل أساسية، استندت **المرحلة الأولى** على مفهوم الدولة المحققة للتنمية، في ظلِّ توجيه حجم كاف من المعونات المالية الدولية لسد فجوة الادخار، وتحقيق تراكم رأس المال المادي، أمَّا **المرحلة الثانية** فتمثلت في مرحلة الدولة التابعة من خلال اعتماد نظرية التبعية التي طورها الاقتصادي prebisch، محاولا إبراز العلاقة بين نمو دول المركز المتقدمة ودول الجنوب المتخلفة في حين تمثلت المرحلة الثالثة في التوجه نحو السوق، وتقليص دور الدولة، وتزايدت الدعوة لهذا الاتجاه بشكل خاص بعد تولي "ريغان" و"تاتشر" سدَّة الحكم في كلٍّ من الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة، وتبنيهما للنظرية النقدية، لاسيما بعد نشوب أزمة المديونية في دول الجنوب، وهو ما أدَّى إلى تعاظم دور مؤسستي "بريتن وودز": الصندوق، والبنك العالمي. من خلال برامج الإصلاح الاقتصادي، في ظل سياسات وفاق واشنطن. هذه الأخيرة التي لفظت أنفاسها عام 1998، على حد تعبير بعض الاقتصاديين، بعد الأزمة المالية التي عصفت بدول جنوب شرق آسيا.

في ضوء هذا الإخفاق تزايد الاهتمام بضرورة البحث عن منهج تنموي بديل، يكون **هدفه النهائي قيمة الإنسان**، ويأخذ يعين الاعتبار **ظروف البلدان النامية**، ويتناسب مع **حجم الإمكانيات**، ويكون **موجَّها إلى الداخل**؛ فكان بذلك نموذج التنمية الذاتية التكاملية، كردٍّ وحيد وملائم في وجه منطق التدويل الكوني، وعالمية الإنتاج والتوسع الرأسمالي. فحتى دول المراكز الصناعية المتقدمة تبحث عن استمرار تطورها الاقتصادي وتفوقها الصناعي عبر التكتلات الاقتصادية الكبرى.


الشكل رقم(01):تطور معدلات نمو الناتج الحقيقي الاجمالي في الدول النامية




المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الإحصائيات الواردة في:

- النشرة الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي عن موقع: http://library.gcc-sg.org
- ❖التطورات الاقتصادية العالمية: عن موقع: www.cbl.ly
- ❖ توقعات صندوق النقد الدولي

---

**الجدول رقم 01: معدلات التضخم**

نسبة مئوية

| الدول | المعدل المتوسط 1983-1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| الدول الصناعية | 4.9 | 3.1 | 2.4 | 2.6 | 2.4 | 2.1 | 1.5 | 1.4 | 2.3 | 2.3 | 1.5 | 1.8 |
| الدول النامية | 46.4 | 49.2 | 55.4 | 23.2 | 15.4 | 9.9 | 10.5 | 6.8 | 5.9 | 6.0 | 6 | 6.1 |
| الدول التي تمر بالتحول | 42.4 | 635.8 | 274.2 | 133.8 | 42.5 | 27.4 | 21.8 | 43.9 | 20.1 | 16.0 | 11.0 | - |

**المصدر:**

- ❖ النشرة الاقتصادية لدول مجلس التعاون الخليجي، مرجع سابق.
- ❖❖ التطورات الاقتصادية العالمية: عن موقع: www.cbl.ly.com

**قائمة الهوامش**

1- مايكل رومر وآخرون(1994)، اقتصاديات التنمية، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، ص 32.

2- صالح صالحي(2006)، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي ،دار الفجر للنشر والتوزيع، ص91.

3- محمد شريف بشير(د س ن)، التنمية من الكم إلى الإنسان :www.islmaonline.net

4- مشال تود ارو(2006)، التنمية الاقتصادية، ترجمة محمود حسن حسني ومحمود حامد محمود، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، ص 120-158.

5- تقرير البنك الدولي(2000)، معجزة شرق آسيا،النمو الاقتصادي والسياسات العامة، ترجمة عبد الله ناصر السويدي، شيخة سيف الشامسي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية،ص78.

6- رمزي زكي(2001)، الواقع العربي وتحديات الألفية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر بيروت.ص124.

7- منير الحمش(د س ن)، مأزق التنمية في بلدان العالم الثالث في ظل آليات العولمة الاقتصادية، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة. www.asfer.org

8- راجع في ذلك، مشال تود ارو(2006)، مرجع سابق.

9- فوزي الأخناوي(د س ن)، دول الجنوب وأزمة الاقتصاد الدولي، دار الثقافة الجديدة، مصر، ص155.

10- بشاينية سعد(2004)، من التنمية الشاملة إلى التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 09 جامعة باتنة الجزائر.

11- فوزي الأخناوي(د س ن)، مرجع سابق ،ص160.

12- رمزي زكي(1993)، الليبرالية المستبدة دراسة في الآثار الاجتماعية والسياسية لبرامج التكيف في الدول النامية، سينا للنشر القاهرة .

13- راجع في ذلك: - وداد أحمد كيكسو(2002)، العولمة والتنمية الاقتصادية، نشأتها، تأثيرها، تطورها، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت. -إبراهيم العيسوي(2006)، نموذج التنمية المستقلة –البديل لتوافق واشنطن وإمكانية تطبيقه في زمن العولمة، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول مقاربات جديدة لصياغة السياسات التنموية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت ،يومي 20 و21 مارس2006. :www.arab-api.org

14- وداد أحمد كيكسو(2002)، مرج سابق ص23.

15- منير الحمش(د س ن)، مرجع سابق.

16- نفسه.

17- إبراهيم العيسوي(2006)، مرجع سابق.

18- رمزي زكي(1993)، الليبرالية المستبدة، مرجع سابق.

19- نفسه: شاكر اليساوي(د س ن)، النمو، التنمية، التنمية المستقلة 20- www.kefaya.com

21- عبد الزهرة فيصل يونس(2002)، مرجعيات الفكر التنموي وامتداداتها المعاصرة ،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر- الإسكندرية،ص 127.

22- سعد حسين فتح الله(1995)، التنمية المستقلة، المتطلبات والاستراتيجيات والنتائج، دراسة مقارنة في أقطار مختلفة، مركز دراسات الوحدة العربية- بيروت، ص46.

23- نفسه، ص47.

24- نفسه، ص 53.

25- عبد الزهرة فيصل يونس(2002)، مرجع سابق، ص 128.

## قائمة المراجع

### قائمة الكتب


1. صالح صالحي(2006)، المنهج التنموي البديل في الاقتصاد الإسلامي ،دار الفجر للنشر والتوزيع.
2. رمزي زكي(2001)، الواقع العربي وتحديات الألفية، المؤسسة العربية للدراسات والنشر بيروت.
3. رمزي زكي(1993)، الليبرالية المستبدة دراسة في الآثار الاجتماعية والسياسية لبرامج التكيف في الدول النامية، سينا للنشر القاهرة.
4. فوزي الأخناوي(د س ن)، دول الجنوب وأزمة الاقتصاد الدولي، دار الثقافة الجديدة، مصر.
5. وداد أحمد كيكسو(2002)، العولمة والتنمية الاقتصادية، نشأتها، تأثيرها، تطورها، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت.
6. عبد الزهرة فيصل يونس(2002)، مرجعيات الفكر التنموي وامتداداتها المعاصرة ،دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر- الإسكندرية.
7. سعد حسين فتح الله(1995)، التنمية المستقلة، المتطلبات والاستراتيجيات والنتائج، دراسة مقارنة في أقطار مختلفة، مركز دراسات الوحدة العربية- بيروت.
8. مايكل رومر وآخرون(1994)، اقتصاديات التنمية، دار المريخ للنش، المملكة العربية السعودية.
9. مشال تود ارو(2006)، التنمية الاقتصادية، ترجمة محمود حسن حسني ومحمود حامد محمود، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية.

### التقارير، الدوريات والمؤتمرات العلمية

1. تقرير البنك الدولي(2000)،، معجزة شرق آسيا،النمو الاقتصادي والسياسات العامة،ترجمة عبد الله ناصر السويدي،شيخة سيف الشامسي، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية.
2. بشاينية سعد(2004)، من التنمية الشاملة إلى التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 09 جامعة باتنة الجزائر.
3. منير الحمش(د س ن)، مأزق التنمية في بلدان العالم الثالث في ظل آليات العولمة الاقتصادية، ورقة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة.
4. إبراهيم العيسوي(2006)، نموذج التنمية المستقلة –البديل لتوافق واشنطن وإمكانية تطبيقه في زمن العولمة، ورقة مقدمة إلى المؤتمر الدولي حول مقاربات جديدة لصياغة السياسات التنموية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت ،يومي 20 و21 مارس2006.

### مواقع الأنترنت:

**1-** www.kefaya.com

**2-** www.arab-api.org

3- www.islmaonline.net:


**Self-development: a strategic choice for growth and economic well-being**


## *Abstract*

This study aims to shed light on the model of self-development, or independent self-reliant as one of the most important strategic options available to the majority of developing countries, if not most, out of the crucible of backwardness and catching up civilization in order to achieve growth and economic well-being of their peoples, in light of the failure of all developmental tests adopted by the previous, which was shown on the basis of the mechanical application of Western models of growth.



## *Key words:*

Economic Development, Self-Development, Economic well-being, economic reforms

# الأزمة المالية: التجاذب بين النظام البنكي وأسواق المال

الدكتوراة زغيب شهرزاد
أستاذة محاضرة
الأستاذة عماني لمياء
أستاذة مساعدة مكلفة بالدروس
s_zeghib@yahoo.fr

## الملخص::

يوحي المشهد ما قبل الأزمة المالية دائما بترقب وقوع الحدث الأضخم، حيث يزدهر "الانفجار النفطي Oïl boom" وتتضخم "الفقاعة العقارية".. ويكون رد فعل الأسواق - ككل مرة - مفرطا، إذ يندفع المستثمرون الماليون خاصة المؤسساتيون منهم في سلوك القطيع للتخلص من أوراقهم المالية وتحويل الحصيلة إلى نقد أجنبي دون اكتراث بالآثار الناتجة عن تلك السلوكات غير المدروسة. كما يكشف المشهد أنَّ فرضية نشوء الأزمة المالية على مستوى البنوك قبل البورصات لم تفصل بعد، وعلى هذا الأساس نحاول من خلال هذه المداخلة الإجابة على هذا التساؤل : **هل تنشأ الأزمة المالية على مستوى البنوك وتعمّ؟ أم أنها تنشأ على مستوى الأسواق المالية؟**

## الكلمات المفتاحية

الفقاعة المالية والعقارية – سلوك القطيع والذعر المالي – العدوى – شح الائتمان والسيولة – المستثمرون المؤسساتيون – النظام المالي الدولي – مالية الاقتصاد "la financiarisation " – الانفجار النفطي.

## الأزمة المالية: التجاذب بين النظام البنكي وأسواق المال

### توطئة

يوحي المشهد ما قبل الأزمة المالية دائما بترقب وقوع الحدث الأضخم، حيث يزدهر "الانفجار النفطي Oïl boom" وتتضخم "الفقاعة العقارية".. ويكون رد فعل الأسواق - ككل مرة - مفرطا، إذ يندفع المستثمرون الماليون خاصة المؤسساتيون منهم في سلوك القطيع للتخلص من أوراقهم المالية وتحويل الحصيلة إلى نقد أجنبي دون اكتراث بالآثار الناتجة عن تلك السلوكات غير المدروسة.

- بعد أكتوبر 1987 فقدت "المالية الدولية" صفة الاستقرار، وبدل ذلك خلقت تناوبا بين فترات مسترسلة نسبيا للاستقرار وأخرى خاطفة ولكنها حادة للفوضى وسريان الاضطراب والانهيار المعمَّم

المتبوع بموجات من الإفلاس الحاد، لقد أصبحت "المالية" عنصر تشويش على الاقتصاد أكثر منها ساندا أو دعامة لهذا الاقتصاد.

مكمن الخطر ليس الاضطراب المالي، وإنما عدوى انتقاله من فضاء مالي لآخر، مع التحرير والانفتاح والاندماج الأفقي الجغرافي بين الفضاءات المالية وعملها في الزمن الحقيقي؛ أو الاندماج العمودي في الفضاء المالي ذاته وبين أقسامه من سوق الأسهم والسندات إلى سوق الصرف إلى سوق المشتقات المالية ...

تتصادف أو تتسبب الأزمات المالية في حركات معممة للإفلاس البنكي، كتلك التي حدثت لصناديق الادخار الأمريكية (1989- 1990)، والتي كشفت أن فرضية نشوء الأزمة المالية على مستوى أسواق المال والبورصات هي الرائجة.

- كذلك تسهم متغيرات عديدة في حدوث الأزمة المالية البنكية كانهيار سوق العقار، سوق الأسهم، أو إحدى وحدات قطاع الأعمال المدينة للجهاز البنكي، حيث يظهر الاضطراب على مستوى النظام البنكي للأسباب السابقة ثم ينتقل إلى أسواق المال عندما تعمل البنوك على توريق ديونها في شكل أوراق مالية قابلة للمتاجرة والتجديد وتورط صناديق الاستثمار والإدخار في العملية، بعدها يلجأ الجميع للبيع مسببين الإنهيار التام.

الأزمة البنكية تنشأ بمجرد تعرض أحد البنوك لأزمة معينة (كأزمة الرهون العقارية على سبيل المثال)، عندها يصيب الذعر المودعين ليتهافتوا على سحب ودائعهم دون وعي منهم بحجم الخطر الذي تشكله عملية السحب المفاجئ والمكثف، ليس فقط على البنك الذي تعرض للأزمة وإنما على كامل النظام البنكي (الذي يصعب فيه الاقتراض في سوق ما بين البنوك)، لأن السحب سيطال كل المؤسسات المالية والبنكية من طرف بقية المودعين الذين يصابون بالهلع. المشهد يكشف أن فرضية نشوء الأزمة المالية على مستوى البنوك قبل البورصات لم تقص بعد.

## الإشكال

في كلا الأزمتين يحدث شح في السيولة (أو يسود الاعتقاد بذلك)، كما تتباعد معدلات الاقتراض عن معدلات الادخار بفجوات متسعة ولكن:

هل تنشأ الأزمة المالية على مستوى البنوك وتعمَّ؟ أم أنها تنشأ على مستوى الأسواق المالية؟

## الفرضيات

الارتباط والاندماج والتأثير المتبادل بين الأسواق المالية والبنوك؛

الخطر ليس الأزمة المالية وإنما عدوى انتقالها؛

الاقتصاد العالمي هو اقتصاد للمضاربة، للتوسع المفرط في المالية ولسيادة رأس المال المالي.

## المنهج

المنهج الوصفي التحليلي في عرض الأزمات؛

المنهج المقارن في المقاربة بين الأزمة المالية (1987 والفترة التي أعقبتها)، أزمة جنوب شرق آسيا والأزمة المالية الراهنة.

ولهذا قمنا بتقسيم المقال إلى ثلاث نقاط رئيسية :

**أولا - دراسة مقارنة بين الأزمات المالية**

**ثانيا – طبيعة وسيرورة الأزمة المالية**

**ثالثا – الأزمة النظامية وإجراءات التحوط**

### أولا- دراسة مقارنة بين الأزمات المالية

**1 – الأزمة المالية سنة 1987**

وصف الأزمة لا يزيد عن القول إنها انهيار أسواق المال العالمية بسبب الذعر وسلوك القطيع واستعمال الحواسب الآلية في عمليات تداول الأوراق المالية.

وراء هذا الانهيار أساسيات السوق ومنطقيته، تتعلق أساسيات السوق بتراكم الديون على الشركات المتعاملة في السوق المالي والعجز الأمريكي التوأم في الميزانية الحكومية والميزان الجاري وتباطؤ معدلات النمو وارتفاع معدلات التضخم، والظروف الاقتصادية السائدة وهي بيئة مناسبة لانتشار الضغوط المضاربية.

بينما تعرف منطقية السوق (كفاءة وفعالية السوق) بأنها مقدرته على التنبؤ ذاتي التحقق، أي تحويل التنبؤ بشكل مفتعل إلى حقيقة أو تمكين الإشاعة من أن تتسبب في تحقيق الحدث المتنبؤ به في حركة تسمم ذاتي عبر انتشار المعلومات بغض النظر عن صحتها أو خطئها.

يخلق هذان العاملان (الظروف الاقتصادية السائدة والتنبؤ) الإحساس بوجود أزمة سيولة، وهو سبب كاف لبداية سلسلة من عمليات البيع والشراء العشوائية مع تمكين الحواسب الآلية لسيادة سلوك القطيع المدفوع بموجة الذعر ومزيد من سريان الفوضى.

هذا ما حدث تحديدا سنة **1987** ثم **1989**، لقد كانت هذه الأزمة المالية انعكاسا لأزمة الطاقة التي سبقتها، كما يمك ن ربطها مع تسارعات العولمة المالية بالرجوع إلى مسبباتها من ناحية ومخلفاتها من ناحية أخرى، فالتحرير المالي وسيادة قاعدة "**3 D**" وعمليات التوريق، عوامل سمحت بتدفق كميات هائلة

من رؤوس الأموال تفوق أحيانا إمكانيات السوق المحلي على الاستيعاب. كما أن الأدوات المالية المستحدثة والنزعة المضاربية عمقت الاتجاه أكثر نحو أسواق المال وبدون حذر [(1)] .

سبب انتشار تقنية التوريق أزمة المديونية في الدول النامية التي قلصت قدرة هذه الدول على الوفاء بالتزاماتها، ووجدت البنوك نفسها بحاجة إلى إنعاش ميزانياتها كما عملت منذ سنة **1983** على تقليص القروض المشتركة للدول المدنية وانساقت في سياسة نمو متسارع للأنشطة المسجلة في "خارج الميزانية" ، وذلك بأن يتم استخراج أقصى ما يمكن من الحقوق المشكوك في تحصيلها من الميزانية، وهي قروض موجهة للدول النامية والقروض العقارية وتلك التي يعاد التفاوض حول معدلاتها، ثم العمل كوسطاء لوضعها تحت تصرف مقترض نهائي عادة ما يكون صناديق تقاعد- صناديق معاشات أو أفراد، في شكل أوراق قابلة للتجديد وبمعدلات متغيرة وذلك في شكل توظيفات جديدة.

## 2 – الأزمة المالية سنة 1997 - 2001

الأزمة المالية لهذه الفترة كانت في ظاهرها أزمة عملة أي أزمة سعر الصرف، وأزمة العملة أو المضاربة على العملة الناتجة عن أزمة ميزان المدفوعات تنشأ كنتيجة لتثبيت سعر الصرف مع التوسع في الإنفاق الحكومي والسماح بتفاقم عجز الموازنة الذي يجد تمويله في الإصدار النقدي، مزيد من التضخم ومزيد من العجز في الحساب الجاري وميزان المدفوعات، وتحت ضغط المضاربة يتم تحرير الصرف أو تعويم العملة، التي سرعان ما تنهار وينعكس ذلك على كل القطاعات [(2)] .

### جنوب شرق آسيا

يمكن وصف النظام المالي في المنطقة بالرخاوة، فهو في هيكله مكون من بنك مركزي وعدد كبير من المؤسسات المالية والبنكية المحلية والأجنبية العامة والخاصة، وهو في تمويله لقطاع الأعمال يولي الإقراض البنكي الدرجة الأولى مقارنة مع إصدار الأوراق المالية مما دعم الترابط بين النظام البنكي وقطاع الأعمال تمكينا أكثر للرأسمالية المالية [(3)] .

وبدأت إفرازات هذه الأزمة بتغير اتجاه حركة رؤوس الأموال الخاصة من الداخل إلى الخارج وهروب الدائنين من العملات المحلية والأصول المحلية وذلك كله في ظل سعر صرف ثابت مرتبط بالدولار يوحي بالأمان الزائف حيث بمجرد أن اندلعت الأزمة في تايلندا في جويلية **1997** حتى عمت كل البلدان في المنطقة مسبوقة بترقب لحدوثها لأنَّ الأعراض كانت واحدة – ضعف القطاع المالي- وقطاع الأعمال – العجز الضخم في الحساب الجاري- العبء الثقيل للدين الخارجي وانسحاب الدائنين من المنطقة.

اشتدت مضاربات الصرف مطلع التسعينات، وقد بدأت بالمضاربة على العملات الأوربية بعد أن كان الصندوق الاستثماري (**Quantum**) الذي تعود ملكيته إلى الملياردير الأمريكي " جورج سوروس" قد وجد في أزمة النظام النقدي الأوربي أكبر فرصة [(4)] ، وقد وجه تركيزه إلى الجنيه الإسترليني سنة **1992** محققا وراء تخفيض الإسترليني مليار دولار وكان التخفيض مقدر بـ **9٪** [(5)] .

ثم استقرت المضاربات خلال النصف الثاني من التسعينيات في الدول النامية (شرق آسيا وأمريكا اللاتينية)، هذه المضاربات أسهمت في حدوث الأزمة من خلال ما خلفته من تقلبات في أسعار الصرف.

في ماي **1997** بدأت أزمة العملة في تايلندا وازدادت حدة في شهر جويلية عندما تم التخلي عن تثبيت سعر الصرف، ثم عمدت الفلبين إلى تعويم عملتها في **11** جويلية **1997** عندما لم تستطع بدورها المحافظة على ثبات سعر صرف عملتها، ثم في **21** جويلية **1997** تعرضت العملة الماليزية للانهيار، وفي منتصف أكتوبر **1997** انهارت عملات كل من إندونيسيا وتايلندا بنسبة **30**٪ وماليزيا والفلبين بنسبة **20**٪، تهاوت العملات في مشاهد تشبه السقوط الورقي عبر "هجمات المضاربة المدمرة".

عرفت فيما بعد أسواق الأوراق المالية انخفاضا كبيرا في الأسعار، وانتقلت العدوى إلى أمريكا بعد أيام قليلة، مما أدى إلى انخفاض مؤشر كل من بورصة نيويورك بـ **7**٪ ولندن وطوكيو وانخفضت الأسعار في سيدني بـ **7.5**٪ وفي سنغفورة بـ **7**٪ ومانيلا ب **6**٪، وفي فرنسا بـ **7**٪ .

كذلك تدهور الوضع في أسواق العقارات وعرف القطاع خسائر فادحة، كما تراجع الإنتاج في عدد من الدول الأسيوية بحوالي **6**٪ إلى **10**٪ سنة **1998** [(6)] .

ما يدفع المضاربين إلى مثل هذا السلوك هو معدلات العائد المرتفعة على تلك العمليات والتي تتراوح بين **50**٪ و**200** ٪ [(7)] وتوسع رأس المال المالي في عمليات المضاربة باستقطاب الشركات متعددة الجنسيات والشركات الصناعية العالمية الكبرى.

أنطلق تحرير النظام المالي من حساب رأس المال في ميزان المدفوعات بداية التسعينيات وسمح بتدفق القروض قصيرة الأجل نحو الداخل بأحجام كبيرة وبسرعة، كما أن هذا النظام في مرونته أدى إلى التوسع والإفراط في الائتمان إقراضا واقتراضا بسبب وجود سيولة عالمية فائضة خلفها التراجع الاقتصادي في أوربا واليابان حيث وجدت بنوك هذه الدول فرصتها للاستثمار في الأسواق الآسيوية.

ترتب على هذه السيولات المفرطة تراجع في العائد على الاستثمارات ونمو معدلات التضخم خاصة أسعار الأصول العقارية، في الوقت الذي تساهلت فيه إدارة المخاطر في التحكم في قواعد الحذر والنسب الدولية المتفق عليها وأسهم بعد ذلك انهيار سوق العقار في امتداد الأزمة ليتحول الوضع من إفراط في السيولة إلى أزمة شح للسيولة والائتمان، وأشتد الخناق على الدول الآسيوية بين انهيار أسعار الأصول وأزمة البنوك والتراجع والانكماش الاقتصادي.

**تجارب أمريكا اللاتينية وروسيا**

**❖ البـرازيل**

الاقتصاد البرازيلي هو الأول في القارة والثامن عالميا، لكن بعد أربع سنوات ونصف من الدفاع عن سعر الصرف كان القرار سنة **1999** بالتعويم، لقد ظهرت بوادر الأزمة مباشرة مع الأزمة الآسيوية وتعمقت

مع الأزمة الروسية وقد أنخفض في نفس السنة سعر صرف الريال بـ 35٪ في حين وصلت أسعار الفائدة 40٪ على السندات قصيرة الأجل دون أن تتمكن الحكومة البرازيلية من تسويقها.

لقد بلغ الدين الخارجي **90** مليار دولار فيما بلغ الدين الداخلي **177** مليار دولار، ومع انهيار سعر الصرف ارتفعت قيمة الدين، ثم توقفت الحكومة عن الوفاء بالتزاماتها فبدأ سوق الأسهم والسندات محليا يعاني خاصة مع تآكل الاحتياطات، وانهار مؤشر الأسهم بـ **40** ٪ سنة **1998** وتم فقد **20** مليار دولار كاحتياطات [8].

**❖ الأرجنتين**

حصل إفلاس اقتصادي شامل في الأرجنتين بسبب مديونية عالية وصلت **140** مليار دولار، ومع تحرير حركة رؤوس الأموال تم خصخصة القطاع البنكي الوطني حيث تملك رأس المال الأجنبي **70**٪ مما تم خصخصته.

**❖ روسيا**

انهارت أسعار النفط الدولية سنة **1998** ومعها انهارت الإيرادات الروسية، مع تزايد حجم النفقات خاصة العسكرية ، ليتخطى سعر الفائدة على السندات **50**٪ قبل الانهيار في أوت **1998** حيث كانت استحقاقات الدين قصيرة الأجل قد استوعبت **50**٪ من الإيرادات العامة.

توجهت استثمارات عديدة من آسيا سنة **1995** إلى سوق الأسهم في روسيا لشراء أدوات الدين الحكومي وبعد انهيار السوق الكورية نهاية **1997** وبداية **1998** بدأت المؤسسات الكورية تعاني نقصا في السيولة وتخلصت من أوراق الدين الروسية والأسهم[9] .

بعد ذلك جاء انهيار السوق المالي في روسيا وعرفت المحافظ خسائر كبيرة وتدهورت أوضاع الجهاز المصرفي من خلال الاستمرار في تخفيض العملة وإعادة هيكلة الدين الحكومي.

### 3- **الأزمة المالية الراهنة** 2007 – 2009

توضح الأزمة الحالية كيف تتضافر مخاطر الائتمان ومخاطر الاستثمار لتتحول إلى أزمة، بداية كانت معدلات الفائدة في السوق النقدي منخفضة، الشيء الذي يشجع دائما على التوسع في الائتمان، وتركز هذا الائتمان في سوق العقار إما للحصول على سكنات أو للاستثمار الحقيقي طويل المدى أو للمضاربة.

كانت الحصة الأكبر في الائتمان للقروض العقارية بضمانات ورهون عقارية ومعدلات فائدة متغيرة دون وجود أية ضمانات أخرى من طرف طالبي الائتمان من محدودي الدخل، التوسع في سوق العقار عرضا

وطلبا ودوران رأس المال في هذا السوق لا بد أن ينشأ فقاعة عقارية تفصل أسعار الأصول الحقيقية عن أسعارها السوقية خاصة مع دخول المضاربين السوق .

عادة ما تقوم البنوك بتوريق محافظ القروض في شكل أوراق مالية قصيرة الأجل قابلة للتجديد يكتتب فيها المستثمرون الماليون، خاصة صناديق الاستثمار الجماعي، لتعاود البنوك توظيف تلك الموارد في قروض عقارية جديدة، ويعاود المستثمرون الحصول على الائتمان بضمان الأوراق المالية التي بحوزتهم، ثم يستخدمون الائتمان للحصول على مزيد من الأوراق، أي استخدام الدين للحصول على الدين من الجانبين، ثم يتم إقحام شركات التأمين في العملية للحماية من إفلاس البنوك [10] .

لاحقا انهيارَ سوق العقار وانفجار الفقاعة بسبب تراجعٌ الأسعار، يجرف معه كل ما كان قد توسع على إثر الانتعاش السابق في السوق: لا يعود للرهون العقارية من قيمة سوقية كافية لتغطية حتى أجزاء من الدين، لا عوائد لحاملي السندات ولجوء للبيع المكثف لها، لا مفر من إفلاس البنوك ومن ورائها شركات التأمين...شح السيولة وفقدان الثقة وانتشار الذعر المالي والعشوائية في السلوكات الاستثمارية وانهيار الأسعار بدل تصحيحها، تصبح تلك كلها على نحو سريع صفة السوق. وما يميز هذه الأزمة بشكل خاص:

اعتماد تقنية التوريق بشكل واسع، وهذا يعني توسيع حلقة رأس المال المالي وتعقيدات العمليات المالية؛

تشتيت الخطر أكثر من تنويعه، وذلك بإيجاد مستثمرين جدد يشترون الديون لتحريك سوق الرهون العقارية وخلق فئات يتفاوت تصنيفها المالي، هذا الوضع يعطي انطباعا خاطئا حول توزيع كفء للخطر.

إسناد دور كبير في سوق الائتمان لصناديق التغطية ذات الطبيعة الاستثمارية المجازفة، مما يضعف كفاءة السوق فيما يخص الإفصاح والشفافية ويزاوج بين مخاطر الاستثمار المالي ومخاطر الائتمان.[11]

## ثانيا – طبيعة وسيرورة الأزمة المالية

### 1 – الأزمة على مستوى الأسواق المالية

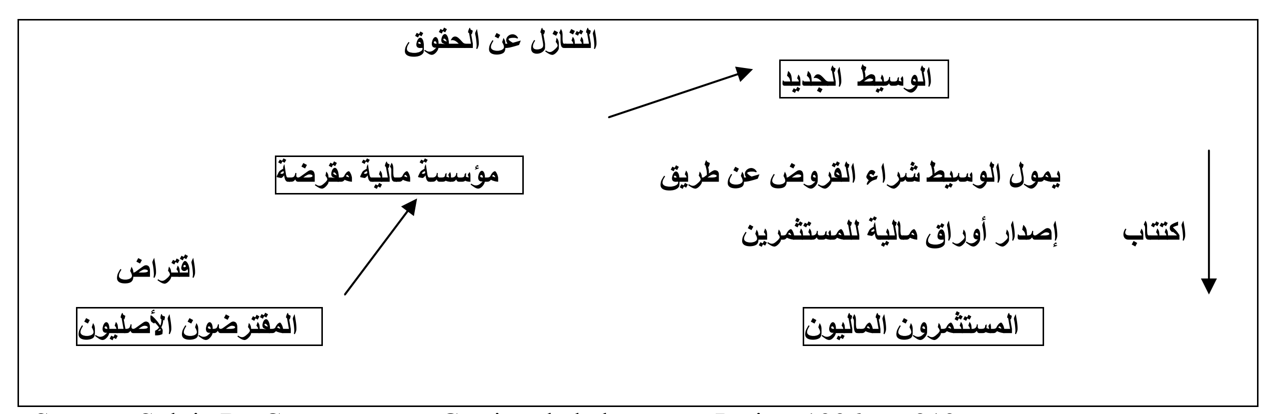
❖ **التوريق وسيادة قاعدة 3D**

العولمة المالية في تجلياتها، المتمثلة في تكامل وترابط أسواق المال والبورصات والطفرة التي حدثت في هذه الأسواق في أدوات التعامل والمتعاملين، جعلت أنماط التمويل والاستثمار تأخذ منحى جديد مع آلية التوريق.

كان التوريق ميزة السوق الأمريكي وأسلوبه في إعادة التمويل منذ بداية السبعينيات قبل أن تنتشر في جميع أنحاء السوق العالمي ، و"التوريق" هو تقنية مالية سائدة في اقتصاد الأسواق المالية، من خلالها يتم تمويل محفظة القروض من سوق رؤوس الأموال مباشرة، أي من طرف المستثمرين الماليين خاصة المؤسساتيين الذين يكتتبون في الأوراق المالية قصيرة الأجل القابلة للتجديد، عبر وسيط مالي بين البنك وهؤلاء المستثمرين[12].

قد يتم أحيانا تكوين صندوق مشترك للديون هدفه الخاص شراء الديون (التي مدتها لا تتعدى سنتين من البنوك مقابل السيولة، ويعمل على توظيفها للقطاع العام أو الخاص متحملا بذلك الأخطار البنكية، حيث إنَّ هذه الديون بمجرد التنازل عنها للصندوق لا تعود للظهور في ميزانية البنوك (إنعاش البنوك من جديد لتحريك السوق وتفادي الإفلاس)، وعلى هذا الصندوق من ناحية أخرى ضمان عائد مقبول لحملة الأسهم أو الحصص ويمكن توضيح ذلك في المخطط التالي :

**شكل - 1- رسم مبسط لآلية التوريق**




Source : Sylvie De Coussergues – Gestion de la banque – Paris – 1996 – p 213

تقنية التوريق سمحت بحركية أوسع لرؤوس الأموال، إذ نجد أن كثير من الشركات تفضل التمويل من خلال (الأورو – أسواق) في أي سوق مالي أوربي بدل الاستدانة من بنك محلي، كما أنها كانت

مصحوبة بميل نحو عدم الخضوع للقوانين (يعني ذلك تغيير وتقليص القواعد المطبقة على النشاط المالي بصفة عامة) وقد ظهرت هذه الميول للتحرر من القوانين نهاية الستينات في الدول الأنجلوساكسونية ولاحقا تعمَّمت، ويتعلق الأمر بكامل الفضاء المالي بمكونته البنكية القوية [13] . هناك أيضا حواجز داخلية وأخرى خارجية تم رفعها وإزالتها أيضا بدرجات:

على الصعيد الخارجي بانفتاح الأسواق الوطنية المالية، البورصات وأسواق الصرف والبنوك على رؤوس الأموال الأجنبية وإسقاط التفرقة بين المقيمين وغير المقيمين، دون معاملة تمييزية تفاضل بين رأس المال المحلي ورأس المال الأجنبي ومقاومة أي شكل من أشكال الرسم أو الضريبة.

على الصعيد الداخلي بإلغاء الحواجز بين السوق النقدي للتعاملات قصيرة الأجل والسوق المالي لرؤوس الأموال طويلة الأجل وسوق الصرف لتبادل العملات فيما بينها وحرية التنقل محليا، أي اللاتوطن لرأس المال .

رفع الحواجز واللاتوطن لرؤوس الأموال مع عدم التخصص كقاعدة ثالثة [14] تشهدها حداثة السوق المالي حملّت المالية صفة جديدة هي المالية الشاملة والمباشرة.

العولمة المالية تضع الأسواق المالية على نفس المستوى من خلال احترام قاعدة وحدة الزمن بالعمل في الزمن الحقيقي مع وحدة المكان من خلال الترابط البيني للأسواق أفقيا وعموديا مع الجوارية **(la proximité)**، وصولا إلى سوق مالي دولي ضخم يعمل كذلك بوحدة العمليات من خلال أدوات مالية أكثر نمطية وتجانسا، مع قدرة غير المقيمين على النفاذ.

التوريق يوحي بوجود سيولة في أسواق المال، ولكنها ليست أكثر من سلسلة عمليات اشتقاق للقيمة الواحدة، تتكشف مع أول تراجع لحركة الاستثمار المالي ويبدو على نحو مفاجئ أن تلك السيولة قد تبخرت.

## ❖التغير العميق في أسواق الصرف

**هناك ثلاثة آثار للعولمة المالية على سوق الصرف، تشكلت ثم تدعمت لتساهم بدورها في مزيد من الاندماج والشمولية وتتمثل هذه الآثار في :**

**زوال الخط الفاصل بين الأسواق النقدية الوطنية والسوق العالمي**، وذلك في ظل الانتقال من اقتصاد الاستدانة إلى اقتصاد الأسواق المالية، مع وضع حد للرقابة الكمية لصالح معدلات الفائدة والصرف بهدف ربط السياسة النقدية مع أهداف الانفتاح، وتزامن ذلك مع فترة تخفيف أدوات الضبط وتطور السوق الآجل وأدواته.

زوال الفواصل التقليدية أعطى المجال للانتقال بين العملات المختلفة بكثير من المرونة والنتيجة كانت حركية واسعة في سوق الصرف [15] .

**مالية سعر الصرف واستقلالية عمليات الصرف**، حيث تعني مالية سعر الصرف عدم ارتباطه بمعطيات اقتصادية حقيقية وإنما بالاتجاهات المضاربية.

إذا أخذنا سنة **1992** نجد أن **15** ٪ من **1000** مليار دولار كحجم تعاملات فقط تتجاوب مع المبادلات التجارية والتدفقات الرأسمالية الفعلية، **5**٪ للأولى و**10** ٪ للثانية والباقي عمليات صرف مستقلة [16] .

عمليات الصرف المحرضة من طرف التحويلات المالية تساوي **50 مرة** تلك المتعلقة بالتجارة الدولية للسلع والخدمات حسب تقديرات (**BRI**) بنك التسويات الدولية.

**التقلبات الشديدة في أسعار الصرف** (**la volatilité**) نتيجة "مالية سعر الصرف" وعدم الاستقرار والفجائية والسرعة في تعاملات الصرف، هذه التقلبات في سعر الصرف في ظل الصرف المرن أو المعوم تعكس فروقات ذات أهمية تصل ( ± **15**٪) من السعر النسبي.

مع عدم ارتباط تلك التقلبات بالمحددات الأساسية كفروقات أسعار الفائدة وعدم التوازن في موازين المدفوعات أو حتى فروقات أسعار المنتجات الوطنية ، لكنه يرتبط بالحجم الهائل لتحويلات ومعاملات الصرف [17] .

التقلبات التي تخلفها عمليات الصرف المضاربية أو حتى التدفقات الرأسمالية بغرض المضاربة في الأصول المالية تغذي حركة المضاربة في مسار دوري ينتهي عادة بانهيار عملة معينة أو عدد من العملات.

الخيارات أمام الدول للتدخل في سوق الصرف الأجنبي محدودة، من خلال تدخل السلطات النقدية ممثلة في البنك المركزي شراء وبيعا للعملة المحلية والعملات الصعبة مع التعقيم أو بدونه، مما ينعكس على أسعار الفائدة المحلية، لكن التدخل يعتبر محدودا نظرا لضلوع ونفوذ المضاربين، فمن نظام بريتون وودز والتثبيت إلى "الثعبان الأوربي داخل النفق" والتعويم المدار إلى التعويم المطلق، لم يكن للمضاربين سلطة على سوق الصرف كما في ظل التعويم والتحرير ورفع الرقابة مرحلة العولمة [18] .

**أصبح على الدول مواجهة مثلث عدم التوافق (triangle d'incompatibilité):**

- الانفتاح الاقتصادي وحرية رؤوس الأموال؛
- الاستقرار النقدي وضبط حركة رؤوس الأموال؛
- الإنعاش الاقتصادي [19] أو على الأقل استقلالية السياسة النقدية [20] .

أسواق الصرف التي تتميز بالكفاءة هي بيئة خصبة للأزمة المالية باعتبارها عنصر الجذب الأقوى لعمليات المضاربة.

**❖زوال الخط الفاصل بين المضاربة والمراجحة**

- كل عملية مراجحة أو تغطية بإجلاء الخطر تكمن وراءها مضاربة للطرف المقابل بتحمله الخطر، سواء تعلق الأمر بمعدلات الفائدة أو أسعار الصرف أو الأصول .

- تسيير الخطر لا يكون هدفا منفردا في عمليات المراجحة والتغطية، إذ يترافق بانشغال ولو ظرفي بالربح

(gain). كثير من العمليات المدرجة تحت اسم المراجحة هي في حقيقتها عمليات مضاربة بعد تحول المراجحة إلى عملية ذات درجة خطر مرتفعة [21] .

❖ **مالية الاقتصاد وفك الارتباط**

عندما تصبح مؤشرات البورصات محددة لتوجهات الاقتصاد وعندما تتشكل الأسعار بعيدا عن معطيات الإنتاج لا يعود ممكنا سوى وصف الاقتصاد بالمالية (**la financiarisation**)، وهذا الوضع الجديد يخلقه الإطار المؤسسي السائد الذي ينمي حالات عدم الاستقرار الكامن، والذي يتجلى كلما انفجرت فقاعة من الفقاعات المالية.

يتميز هذا الإطار العام بـ:

زيادة الديون على الصعيد العالمي؛

الاختلالات في الموازين الجارية؛

المضاربة المسعورة في أسواق الصرف والبورصات المعززة بالتسعير المستمر؛

التناقض بين تحرير حركات رؤوس الأموال للأجل القصير واستقلالية السياسات النقدية الوطنية؛

التركيز على مفاهيم تعظيم القيمة السوقية، خلق القيمة المساهمية، المحفظة المالية بدل محفظة النشاطات بالنسبة لوحدات الإنتاج..؛

توسع دور المستثمرين المؤسساتيين خاصة صناديق التقاعد وصناديق التغطية والتحوط.

لقد تم الانتقال من المضاربة، كوضع استثماري لا يكاد يذكر في ظل قاعدة الذهب هدفه تصحيح الختلالات، إلى وضع استثماري سائد يصنع الاختلالات ويتغذى عليها، حيث إنَّ الأموال الضخمة المتداولة في المضاربات تدفع بالدولار إلى عدم الاستقرار وتخلق تسوية مزعومة للموازين الجارية بواسطة أسعار صرف عائمة من أجل توازن هش وليس له أي معنى [22] .

تخصيص الاستثمارات في نشاط أو آخر لم يعد حسب معايير الإنتاجية والمردودية الاقتصادية وإنما حسب المردودية القصوى لرأس المال المالي المتقلب (**Volatil**) بطبيعته بين الدول وحتى بين القطاعات بعيدا عن أية اعتبارات للمدى الطويل.

عدم استقرار النظام النقدي الدولي في ظل تعويم العملات وتقلبات أسعار الصرف وفك الارتباط بين المالية والاقتصاد الحقيقي أو ديناميكية الرأسمالية المالية التي تفرض نفسها مقابل العملية

الإنتاجية، كلها عوامل تجعل الأسواق المالية بيئة مهيئة لتضخيم الأزمة خاصة في ظل العولمة المالية، باعتبار أنّ الأسواق تترجم كل معلومة أو إشاعة إلى قيمة موجبة أو سالبة.

### 2 – الأزمة على مستوى البنوك

تسهم الأجهزة البنكية المتعثرة في إفشاء عدم الاستقرار إلى كامل القطاعات الأخرى، ففي فترات الانتعاش والتوسع ومع التحرير المالي تتمادى البنوك في منح القروض خاصة للقطاع الخاص بدون ضمانات أو بضمانات غير كافية خاصة لقطاع العقارات، وتستخدم في ذلك موارد قصيرة الأجل، لتجد نفسها في حالات من العسر المالي وعدم القدرة على الوفاء، خاصة إذا حدث ما يدفع رؤوس الأموال الأجنبية التي تدفقت مع الرواج إلى الخروج.

وإذا ما اندلعت الأزمة في بنك ما فسرعان ما تنتقل إلى كامل الجهاز المصرفي تحت تأثير سلوك القطيع الذي يتبعه المودعون الذين يأخذون منحى واحد عند تحسس الخطر أوبفعل آلية المقاصة بين البنوك التي تعتمد أحدث أنظمة وبرامج الإعلام الآلي، وهذا يعني أن إفلاس بنك مدين لبنوك أخرى يتعمم بدوره داخل مجمل النظام وهو الحال عند إفلاس بنك (**herstatt**) وتسمية هذا الخطر بخطر (**herstatt**) [(23)].

وبسريان العدوى بين البنوك تمتد الأزمة أفقيا وعموديا لتمس مجمل الاقتصاد باعتبار البنوك المكونة الأساسية للنظام المالي، وإن لم يقبل هذا التحليل كحالة عامة تتكرر فهو على الأقل مقبول لتفسير أكثر من حالة حدثت:

- في الفترة الممتدة بين **1980** و**1994** اهتزت الأجهزة المصرفية في أكثر من **65** دولة بسبب تحرير شامل للخدمات المالية والبنكية واضطراب أسعار الفائدة الحقيقية والتوسع في الائتمان وتغطيته في حالات كثيرة من خلال الاقتراض من الخارج.
- في المكسيك سنة **1994** وتايلندا **1997** كانت الأزمة مسبوقة بتدفقات غير اعتيادية لرؤوس الأموال الأجنبية قصيرة الأجل، من بينها قروض محررة بالدولار ومسعرة في سوق ما بين البنوك في لندن (**LIBOR**)، مع رواج في أسواق المال والعقارات والتجارة الخارجية.

حتى وإن كان الوضع يشجع على مزيد من اللجوء إلى الادخار والاقتراض بالعملات الأجنبية من البنوك التجارية، التي لجأت بدورها إلى السوق العالمي لجلب المزيد من الديون الخارجية، في ظل تخصيص غير كفء لتلك الموارد بسبب هشاشة الأنظمة المصرفية والافتقار إلى الشفافية في القطاع المالي مع طاقة استيعابية داخلية محدودة. في ظل سياسة لتثبيت أسعار صرف العملات، خلقت الظروف السابقة عجزا متفاقما في الميزان التجاري، مما أعطى انطباعا بأن تخفيضا في العملات سيحدث، ومع الترقب تراجعت الصادرات مسببة أزمة في النقد الأجنبي وأوحى المشهد كله بانتظار وقوع حدث ضخم [(24)]، ليكون رد فعل الأسواق ككل مرة مفرط، إذا تجنبا لخسائر متوقعة، اندفع المستثمرون للتخلص من أوراقهم المالية

وتحويل الحصيلة إلى عملات صعبة (نقد أجنبي) مما ضغط أكثر على سوق الصرف ودفع بأسعار العملات الوطنية إلى الانهيار وبمستويات قياسية [25].

كانت الأزمة الآسيوية أزمة صرف ولكنها في الحقيقة أزمة بنوك توسعت بشكل مفرط وموائع في الائتمان، خاصة مع تدفق رأس المال الأجنبي (الذي يكون في الغالب فوائض بترولية ناجمة عن الانفجار السعري في سوق النفط)، وعندما يتم وصف تلك الأزمة وسيرورتها يبدو الأمر كأنه وصف دقيق للأزمة المالية الراهنة، فالعامل المشترك الأساسي هو حالة التساهل تجاه تقييم الخطر عند منح الائتمان.

- حوادث كتلك المتعلقة بإفلاس البنوك « BCCI »، و« Burnham » و « Drexel » و« Lambert » وكذلك صناديق الادخار الأمريكية سنة **1989** - **1990** كشفت أنَّ فرضية نشوء الأزمة المالية على مستوى البنوك قبل البورصات لا تزال قائمة [26].

**❖ تركيبة جديدة للخطر وقواعد موازية للحذر**

مع عولمة التمويل وعولمة ميكانيزمات الدفع وأدوات التعامل المالي كانت عولمة أدوات الضبط خاصة بالنسبة للبنوك من خلال التوحد حول معايير دولية للاحتياط .

- **تركيبة الأخطار**

الأخطار التقليدية كخطر المعدلات وخطر الطرف المقابل و القرض وخطر السيولة وخطر البلد تم تقليلها بتحويلها لمشتري الأوراق المالية قصيرة المدى القابلة للتجديد خاصة في ظل سوق مالي أكثر عمقا وسيولة.

- الأخطار العامة، كذلك، تم تقليلها من خلال الهيئات الدولية الخاصة بالضمانات والتأمينات.
- في المقابل ظهرت أخطار حديثة، كالخطر الناتج عن الامتياز المعطى للعمليات المسجلة في خارج الميزانية (**Hors bilan**) حيث تمتاز هذه العمليات بأنها عبارة عن التزامات بالضمان أو بالتمويل أو بالاستثمار في عملات وأوراق مالية، وهي قائمة على التقديرات والتوقعات أي على الخطر، وقد تصل هذه العمليات إلى خمس مرات تلك المسجلة في الميزانية [27].

خطر الخطأ **Risque de défaut** الناتج عن حداثة التعاملات في التوريق وما يطرحه تسيير قرض مورق من صعوبات مع اختلاف وتعقد الوثائق المالية المنشورة والمتعامل بها والتسجيلات المحاسبية خاصة فيما يتعلق بالأدوات المالية الحديثة، والذي قد ينجم عنه خطر الطرف المقابل [28].

خطر الفقاعة المالية وأثر العدوى وهو خطر انحراف الأسعار السوقية للأصول عن قيمتها الحقيقية والنتيجة هي انفجار الفقاعة المالية وانطلاق الأزمة وانتشارها [29].

**معايير الحرص والحذر**

- بدأت حركة تدويل البنوك سنة **1965** مع تنظيم ورقابة على البنوك على المستوى الوطني استمرت حتى 1970 وكانت النتيجة إفلاس البنك الألماني **(herstatt)** سنة **1974** والبنك الأمريكي **( Franklin National Bank)** في نفس السنة [30] .

- ضرورة التحوط من أي أزمة بنكية أو مالية شاملة دعت الدول المعنية إلى إنشاء لجنة بال ( **Comité de Bâle)** ما بين سنتي 74 و75 التي عمدت إلى :

- مراقبة كل من النشاط البنكي الدولي وتطور الأسواق المالية وعولمة الأنشطة والخدمات المالية؛

- ضرورة التنسيق بين السلطات النقدية في البلد المستقبل **(Pays d'accueil)** والبلد الأصلي **( Pays d'origine)** حيث يضمن البنك المركزي للدول المستقبلة سيولة البنوك الفرعية فيما يضمن البنك المركزي للدول الأصلية القدرة على الوفاء والسداد؛

- تثبيت معايير الحرص والحذر، حيث أثمر نشاط لجنة بال سنة **1988** ميلاد نسبة دولية للوفاء بالالتزامات هي نسبة كوك **(Ratio Cooke)** ذات الجوهر المالي والمحاسبي والتي تحث البنوك دولية النشاط على تبني معايير صارمة تخص الأموال المملوكة والقروض المرجحة بدرجة خطر حيث نسبة رؤوس الأموال الخاصة تساوي على الأقل **08٪** من الحقوق المخطرة وعمليات خارج الميزانية.

بعد تدويل الخطر ثم تدويل الحرص فعليا مع آفاق سنة **1993** نتج :

- التوسع غير المسؤول في الائتمان مع سقوط التفرقة بين النقود وحسابات الادخار؛
- عدم استقرار النظام المصرفي وتكرر الأزمات على مستواه [31] .

تسهم متغيرات أخرى إضافة إلى التساهل إزاء الخطر والتوسع المفرط في الائتمان في حدوث الأزمة المصرفية

كانهيار سوق العقار أو سوق الأسهم أو إحدى وحدات قطاع الأعمال المدينة للجهاز المصرفي.

أكثر الأخطار تحريضا للأزمات هي الأخطار النظامية والمتسبب الرئيسي فيها هي تقلبات الأسعار في أسواق المال والصرف وسيادة منطق المضاربة في هذه الأسواق، كما تنشأ الأخطار النظامية من ميكانيزمات الدفع داخل النظام وبالتحديد الودائع البنكية وآليات المقاصة بين البنوك التي يمكن أن تسبب الإفلاس البنكي الذي تتعمم حركته داخل النظام، فبمجرد استشعار حدوث إفلاس أو أي خطر آخر تتوالى طلبات سحب الودائع على البنوك القادرة على الوفاء وغير القادرة، ويتفاقم الخطر عندما لا يتوفر مصدر سيولة لمواجهة الالتزامات قصيرة المدى، على مستوى النظام المالي والنقدي الوطني يتدخل البنك المركزي كمقرض أخير ولكن لا يوجد ما يقابل ذلك على المستوى الدولي.

## ثالثا – الأزمة النظامية وإجراءات التحوط

### 1- الأزمة النظامية وأثر العدوى

هي الأزمة الشاملة التي لا تكاد تستثني قطاعا، وتمتد إلى النظام ككل وهي أزمة هيكلية تمتاز بكونها:

تتولد في الأسواق المالية وتتضخم فيها بفعل آليات التمويل وأدوات الاستثمار والعمليات المستحثة؛

يسود خلالها أثر العدوى وتنتقل آثارها من فضاء مالي لآخر، مع حركات الإفلاس التي قد تطال حتى الدول؛

تتراجع خلالها الكفاءة الاقتصادية وتنخفض معدلات الإنتاج، حيث أن انهيار سوق الأسهم يعبر في عمقه عن أزمة نظامية إذا أدى إلى انتقال الثروة وتراجع أوضاع المعيشة..؛

توجد الضرورة التي تستدعي تدخل الحكومة في السياسة الاقتصادية لتصحيح الاختلالات.

لا تبرز سببا مباشرا لحدوثها [(32)] .

و الملاحظ أن الأزمات المالية التي تحدث كل عشرية 1989 – 1997 - 2007 وإن غلب على كل منها صفة معينة كأزمة العملة وسعر الصرف أو الأزمة المصرفية أو الأزمة المفتعلة وإن ارتبطت أيضا بسوق النفط أو سوق العقار إلا أنها كانت أزمات شاملة ونظامية انتقلت بفعل أثر العدوى من قطاع لآخر وعمَّت داخل الاقتصاد الواحد وبين الدول.

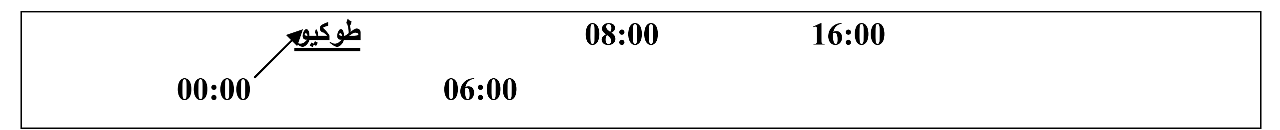
و في المقابل نجد أزمات مالية محدودة تحدث بين الحين والآخر بشكل مستمر ولكنها تبقى محدودة وتأخذ صفة محددة، حيث لا يمكن وصفها بالأزمات الشاملة، كإفلاس صناديق التقاعد الأمريكية وظاهرة الثقب الأسود (1990).

#### ❖ العدوى الأفقية

تنشأ من الارتباط بين الفضاءات المالية الوطنية وآلية التسعير الآلي من نوع NASDAQ ( الجمعية الوطنية للمتعاملين بالتسعير الآلي للأسهم) الذي يسمح بالتسعير بصفة آلية ومستمرة لعدة آلاف من الأسهم في الوقت ذاته وفي أكثر من فضاء مالي في شبكة إلكترونية عالمية تضمن التفاوض على العمليات خارج أوقات التداول، كما تسمح بالنقل الفوري للمعلومات وفي الزمن الحقيقي.

**شكل- 2-**

**يوضح ساعات الافتتاح والإغلاق للبورصات بتوقيت (GMT )**




Source : H, Bourguinat – la finance internationale – PUF – Paris - 1998 - **P113.**

عند حدوث العدوى لا يتفاعل السوق مع ما يتداول فيه من معلومات فقط، وإنما مع تلك المنتقلة إليه، كذلك متعاملي السوق لا ينشئون قراراتهم ولا يقيمون الأسعار بمعاييرهم الخاصة وإنما بتبني تلك الخاصة بالآخرين [33].

**❖العدوى العمودية**

هناك موجة إعلامية (**Onde de médiatisation** ) تضمن التوزيع الآني للمعلومات، هذه المرة ليس من فضاء مالي لآخر وإنما في نفس الفضاء من قسم لآخر بفعل ما يصنعه الاندماج العمودي بين البورصات وأسواق النقد والصرف والأسواق الآجلة التي تربطها معدلات الفائدة، حيث لم يعد إطار الانتقال كلاسيكيا بين أسواق الأسهم والسندات وإنما بفعل رفع الحواجز الداخلية ونمطية وتجانس عدد كبير من الأوراق المالية أصبحت قنوات الانتقال أكثر اتساعا [34] .

أثر العدوى العمودية أكثر استفحالا لأنه على مستوى محلي في نفس الفضاء المالي، ومن شأن ذلك أن يدفع إلى نشوب أزمة نظامية، وقد بدا هذا الأثر واضحا خلال أزمة المكسيك ( **1994- 1995**) والأزمة الآسيوية **1997** .

**❖ العدوى الشاملة**

تمتد الأزمة المالية إلى قطاعات الإنتاج والمبادلات التجارية وكافة التعاملات الاقتصادية، فسرعان ما ينتقل الخطر من البنوك إلى البورصات ومن هناك إلى أسواق الصرف وبذلك إلى الاقتصاد الحقيقي الإنتاجي، حيث تتعثر التجارة على نحو مفاجئ ويتدهور النظام برمته ويغدو الانهيار الشامل الشبيه بالانهيار الذي عصف بالعالم في شهر أكتوبر **1929** أمر لا مناص منه [35].

2- **إجراءات وقائية أو ردعية للأزمات**

قبل الأزمة في آسيا كان معلوما أن ما يعمق الأزمات هو الهلع أو الذعر المالي وفقدان الثقة، وأن أقل ما يمكن فعله هو إعادة جدولة القروض البنكية واتخاذ بعض الإجراءات والانتظار حتى عودة الثقة، أما وضع القيود المؤقتة على خروج رؤوس الأموال فلم يكن مطروحا كبديل .

ومع ذلك كان هناك محاولات للتنبؤ بالأزمات المالية ووضع إجراءات استباقية لمنعها أو على الأقل الحد من انتشار آثارها، ما دامت تحدث دائما على نسق واحد.

أ- **إصلاح النظام المالي الدولي**

باختصار عرف النظام المالي - النقدي الدولي بعد انهيار نظام النقد الدولي ثلاثة أنماط للتعديل:

بداية السبعينيات كاد الاعتماد على إعادة التدوير البترولي الذي منح مرونة لعرض رؤوس الأموال (القروض) وإمكانية الاستجابة لأية طلبات، ثم توسع استخدام تقنية التوريق؛

النصف الثاني من الثمانينيات عرف صعود للمالية المباشرة الشاملة وفسح المجال لاقتصاد الأسواق المالية مع الدور الفعال للبنوك في دعم "التوريق" وزيادة حجم الاندماج ؛

بداية التسعينيات إلى الآن صعود اقتصاد عالمي للمضاربة [36] .

هذا النظام بكل مكوناته سواء البنوك أو أسواق المال في حاجة ماسة إلى إعادة النظر في الأولويات التالية:

- فرض قوانين تنظيمية ورقابية على الواحات الضريبية والمراكز المالية وراء الحدود؛
- تنظيم صناديق المضاربة؛
- إصلاح النظام النقدي الدولي للحد من المضاربة على العملات؛
- الرقابة على حركة رؤوس الأموال قصيرة الأجل ( إعادة النظر في ضريبة توبين)[37].

ب- **وضع نظام الإنذار المبكر**

من خلال دراسات ميدانية يتم العمل على وضع نظام ينذر بالأزمة ويمكن من اتخاذ إجراءات احترازية ووقائية بدل تحمل التكاليف الباهظة للإجراءات العلاجية:

الدراسة الأولى خاصة بأزمة سعر الصرف في حوالي **51** دولة خلال الفترة ( **50**- **95** ) تم الاعتماد على **105** مؤشر مصنفة في مجموعات:

+ **القطاع الخارجي الذي ينقسم إلى حساب رأس المال، هيكل المديونية الخارجية والحساب الجاري.**

حساب رأس المال هو تركيبة من الاحتياطات الدولية، تدفقات رؤوس الأموال قصيرة الأجل، الاستثمار الأجنبي المباشر وفروقات أسعار الفائدة.

الحساب الجاري يشمل سعر الصرف الحقيقي، الميزان الجاري، الميزان التجاري، الصادرات والواردات ومعدلات التبادل والأسعار.

+ **القطاع المالي** المتضمن بالضرورة البنوك والسوق المالي.

+ **القطاع الحقيقي الإنتاجي والمالية العامة.**

الدراسة الأخرى تلت الأزمة في آسيا واستندت إلى مؤشرات ونتائج ومنهجية الدراسة الأولى لاستخراج المؤشرات التي سوف تعتمد عليها، وهي مؤشرات لها معنوية عالية (معامل الارتباط) وهي: سعر الصرف الحقيقي- الأزمة المصرفية – أسعار الأسهم- الصادرات – المفهوم الواسع للنقود $M_2$ مقسومة على الاحتياطات – الإنتاج – الاحتياطات الدولية- مضاعف النقود- سعر الفائدة الحقيقي- الائتمان المحلي كنسبة من الناتج المحلي الخام- معدل التبادل الدولي- الفروق بين أسعار الفائدة الحقيقية- الواردات - ودائع البنوك- فائدة الإقراض مقسومة على فائدة الإيداع.

يعمل نظام الإنذار المبكر عندما تتحرف هذه المتغيرات عن وضعها الطبيعي وهو وضع يحدد مسبقا، ويعد الانحراف مؤشرا على الأزمة المالية خلال 24 شهرا، أي إذا استمر طيلة المدة السابقة، وقد تم بناء رقم قياسي لتعريف الأزمة ، وهي كل ضغوط يترتب عليها تخفيض سعر صرف العملة الوطنية تخفيضا حادا أو تآكل كبير في الاحتياطات الدولية أو الاثنين معا.

### جـ- مراقبة الائتمان والسيولة

الائتمان مؤشر على حدوث الأزمة، في حالة التوسع المفرط دون غطاء وفي حالة الشح، وشح الائتمان هو الصعوبة الحادة في الحصول على الائتمان، بمعنى أنه حتى المقترضين ذوي الجدارة الائتمانية العالية قد استبعدوا من السوق بسبب زيادة تكلفة الاقتراض، كذلك هو عدم إمكانية الحصول على الائتمان عند أي مستوى من مستويات الأسعار، ويكون الشح على مستويين:

- شح الائتمان المصرفي على مستوى البنوك؛
- شح السيولة في أسواق رأس المال في السوق الأولية لأدوات الدين[38] .

تم طرح هذا الإشكال وضرورة التنبه له في أعقاب الأزمة الآسيوية وفي الو م أ بداية التسعينات وفي أعقاب الأزمة الروسية، ولكن هل فعلا تمكنت المؤسسات المالية الدولية من تجنب وقوع الحدث الأكبر؟ ربما كان العمل الوقائي بدوره من مسببات الأزمة.

## 3- آثار الرقابة والتنظيم على أسواق المال

### أ- دور الجهات الرسمية المسئولة

لأنه ما من حدود بين المراجحة والمضاربة، فإن الفوارق بين من يحرك السوق ويصنع مساراته ومن ينظم ويراقب ويحمي المستثمرين بدورها تتقلص.

الحكومات وكذلك البنوك المركزية تغذي فقاعات المضاربة وتشجع القروض عالية الخطر خاصة عن طريق معدلات الفائدة لاجتذاب المستثمرين بشكل مبالغ فيه، لأن الجميع يحاول الاقتناص من وضعية سوق أو صناعة في حالة ارتفاع، إلى أن يبدأ الأثر العكسي في وضعية الانخفاض[39] .

لقد أسهمت البنوك المركزية والسلطات التنفيذية في توسيع الفقاعة العقارية مثلها مثل المضاربين:

- قام الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي بتخفيض معدلات الفائدة من **6.5**٪ إلى **1**٪ بين سنتي **2001** و**2003** مما أدى إلى انخفاض تكلفة الاقتراض وارتفاع أسعار العقار؛

- توعدت الحكومة منذ سنة **1995** البنوك وصناديق التوفير باتخاذ إجراءات تنظيمية وقانونية في حالة الامتناع عن تقديم المزيد من القروض لمحدودي الدخل؛

- استخدمت بعض الشركات الحكومية ضمانات رسمية لشراء المزيد من القروض الخطرة وعملت على توسيع أسواقها الثانوية.

بذلك لا تكون الجهات الرسمية قد فشلت في التنبؤ بالأزمة وتقييدها فقط بل قد أسهمت ولو دون قصد في تعميقها[40] .

### ب- المفاهيم والقواعد الجديدة

تصف استجابة السوق للمعلومة وانعكاس ذلك على السعر كفاءة السوق في الظروف العادية، أما في حالات الفوضى والترقب فلا تلبث أن تكون تلك الاستجابة مغذيا قويا للأزمة، فبعد الفضائح الناجمة عن التضليل المحاسبي تم اعتماد مفهوم القيمة العادلة أي القيمة السوقية الحقيقية بدل القيمة المحاسبية وكان ذلك ملائما لسلوك استثماري عقلاني في ظل كفاءة السوق، ولكن حالات الهلع وشح السيولة وفقدان الثقة وغياب الطرف المقابل كشفت عن خلاف ذلك، فالقيمة العادلة لا تعود كذلك عندما تؤدي حالة السوق الموصوفة سابقا إلى تدهور أسعار الأصول المعروضة في السوق، أي أن التدهور سببه حالة السوق وليس حالة الشركة المصدرة.

استمرار الحسابات والبيانات السوقية في إظهار الانخفاض في قيمة الأصول يدفع نحو إفلاس الشركات ومن ورائها البنوك والمؤسسات المالية الممولة، وبذلك تتعرض كل الوحدات التي كانت مستقرة وبمنأى عن الخطر منذ وقت قصير إلى موجة من الإفلاس بسبب تدهور القيم السوقية وتراجع القدرة على السداد[41] .

الرأسمالية المالية أسيرة الوقوع في الخطأ المكرر والعودة الدائمة للأزمة المالية، وبتكرار تسلسل الانهيارات المضاربية الليبرالية:

الميول نحو المضاربة وخلق الفقاعات بكب السيولة في سوق في حالة ارتفاع أو كما يسمى "وضع العمى مقابل الانهيار"؛

التساهل في تقييم الخطر، فالمالية لا تدقق كثيرا بالخطر طالما توفرت لها المصادر، معتمدة في كل الأحوال على المشتقات المالية وتقنية "التوريق" ؛

- التحول من الضعف الهيكلي إلى الإخفاق والعجز الشامل، حيث يعطي تشتت الخطر عبر عمليات "التوريق" انطباعا خاطئا بعدم وجود الخطر، الشيء الذي يحول الاستثمار إلى مغامرة، فيخلق التوسع غير المضبوط وضعيات حرجة؛

- عدوى الاشتباه التي تسببها حالة التوازن الهش للأسواق، خاصة أسواق المشتقات، والتي تغذي سلوك القطيع؛

- تجاذب الأزمة بين المنظومة البنكية وأسواق المال والركض باتجاه البنوك المركزية [42] .

## خلاصة::

من خلال إعادة تحليل الأزمات المالية المتعاقبة كل عشرية، وحتى بالعودة إلى الأزمة العالمية سنة **1929** يتضح أن كل الأزمات تحدث على النسق ذاته، وإن اختلفت الآليات المسببة لها من حيث الأهمية النسبية والفاعلية والتدرج فهي واحدة . تأسيسا على ما تقدم يمكن استنتاج ما يلي:

تنشأ الأزمة المالية على مستوى البنوك وتضخمها الأسواق المالية، ويستوعب آثارها الاقتصاد ككل، لتتحول إلى أزمة نظامية شاملة.

العشوائية في القرار وحالة الفوضى التي تسود السوق بسبب الذعر غير المبرر أحيانا هي العوامل التي تضخم الأزمة التي يكون من الممكن احتواؤها قبل أن تسري حالة العدوى.

الأزمات المالية التي تظل كامنة لفترات إلى أن تحدث حالة الانهيار التام لا تحتاج إلى ضخ السيولة في الأسواق، لأن استرجاع الثقة يحتاج إلى أكثر من ذلك، كما أن إظهار واختصار الأزمة في شح السيولة غير حقيقي باعتبار ذلك تحصيل حاصل لوضع مشوه يوحي بالاستقرار الزائف وبالسيولة الوهمية.

الركض باتجاه البنوك المركزية هو الاستنجاد بالدولة، وهو دعوتها للتدخل في الاقتصاد لتصحيح انحرافات السوق، وهو السمة المشتركة لكل حالة مأزق يمر بها السوق .

## الهوامش :

1 – أنظر : ضياء مجيد الموسوي – الأزمة الاقتصادية العالمية 1986 / 1989 – دار الهدى – الجزائر – 1990 .

2 – عمرو محي الدين – أزمة النمور الأسيوية ، الجذور والآليات والدروس المستفادة – دار الشروق – القاهرة – 2000 – ص 79 .. 82 .

3 – نفس المرجع السابق – ص 149 .

4 – هانس بيتر مارتن وهارالد شومان- فخ العولمة : الاعتداء على الديمقراطية والرفاهية - ترجمة عباس عدنان علي – عالم المعرفة – الكويت – 1998 – ص 118 .

5 – رمزي زكي – العولمة المالية / الاقتصاد السياسي لرأس المال الدولي / رؤية من البلاد النامية – دار المستقبل العربي – القاهرة – 1999 – ص 161 .

6 – Pierre De Senarclens – la mondialisation:Théorie, enjeux et débat – Dalloz – Paris – 2002 – p 108.

7 – رمزي زكي – مرجع سابق – ص 128 .

8- عمرو محي الدين – مرجع سابق – ص ص 254، 255 .

9- نفس المرجع السابق – ص 149 .

10 – راندل دود – الرهونات العقارية الثانوية: مجسات أزمة – مجلة التمويل والتنمية – ديسمبر 2007 – ص 15 ..19.

11 – la nouvelle crise financière de 2007 – 2008 et sa portée – résumé de : Paul Boccara – Transformation et crise du Capitalisme mondialisé, quelle alternative ? – édition le temps des cerises- 2008 - *www.humanité.fr*

12- Voir : - Denise Flouzat – Economie contemporaine - PUF- Paris - 1997.

- Amar Douhane et Jean-Michel Rocchi – Techniques d'ingénierie financière – SEFI – Paris – 1997.

13 – Sylvie De Coussergues – gestion de la banque – Paris – 1996 - p 15.

14- 3D : Désintermédiation, Déréglementation et Décloisonnement.

15 – H, Bourguinat – la finance internationale – PUF – Paris - 1998 – pp 108,109.

16 – François Chesnais et alii – Mondialisation financière : Genèse, coût et enjeux – Syros – Paris – 1996.

17 – Suzanne De Brunhoff – L'instabilité monétaire internationale – in Chesnais , éd – op cit – p 35 .

18 – كارمن رينهارت – مجلة التمويل والتنمية – مارس 2002 – ص 17 .

19- Pierre De Senarclens – op cit – p 108.

20 - Suzanne De Brunhoff – op cit – p 49.

21 – H, Bourguinat – op cit –p 115.

22 – رمزي زكي – مرجع سابق – ص 161 .

23 – M, Esposito et M, Azuelos – Mondialisation, et domination économique – Economica – Paris – 1997 – p 91.

24 – بيجان أجيفلي- الأزمة الآسيوية : الأسباب والعلاج – مجلة التمويل والتنمية- جويلية 1999 – ص 29 .

25 – رمزي زكي – مرجع سابق – ص 131 .

26 - H, Bourguinat – op cit – p 115.

27 - Sylvie De Coussergues – op cit –p 97.

28 - H, Bourguinat – op cit – p 108.

29 - Pierre Grou – Mondialisation financière ; stade suprême du Capitalisme ou révolution technologique mondialisant ininterrompue – journée d'étude (regards critiques sur les enjeux de la mondialisation) – 26 Octobre 2001 – Université de Versailles – www.c3ed.uvsq.fr

30 - M, Esposito et M, Azuelos – op cit –p 91.

31 - H, Bourguinat – op cit – p 110.

32 – عمرو محي الدين – مرجع سابق – ص ص 90 ، 91 .

33 – رمزي زكي – مرجع سابق - ص 123 .

34 - H, Bourguinat – op cit – p 113.

35 - هانس بيتر مارتن وهارالد شومان – مرجع سابق – ص 129 .

36 - H, Bourguinat – op cit – pp 125,126

37 - Gérard Fuchs et Daniel Feurtet - Rapport d'information - 2476 - Régulation de la mondialisation financière - Commission des finances ; de l'économie générale et du plan – 2000 - www. Assemblée - nationale.fr

38 – عمرو محي الدين – مرجع سابق – ص ص 282 ، 283 .

39 - Sans auteur - Spéculation internationale ; l'heure de vérité - le monde diplomatique - 08 / 08 / 2007 - www .le monde.fr

40 - جون نوبيرغ- التدابير التنظيمية وتداعياتها السلبية – مجلة مصباح الحرية – 12 اكتوبر 2008 – www.misbahalhurriyya.org

41 - نفس المرجع السابق .

42 - Frédéric Lordon - quand la finance prend le monde en otage - le monde diplomatique - septembre 2007 - www. Le monde.fr

# أثر المعرفة السوقية على دوافع الاستهلاك نحو عناصر العلامة التجارية للأجهزة الخلوية لدى طلبة الجامعات الأردنية: دراسة ميدانية

**الدكتور يونس عبد العزيز مقدادي**
أستاذ التسويق المشارك جامعة الشرق
الاوسط للدراسات العليا كلية الأعمال
younes_megdadi@yahoo.com

## ملخص::

تهدف هذه الدراسة التعرف على أثر المعرفة السوقية على دوافع الاستهلاك نحو عناصر العلامة التجارية (المتغير المستقل)، والمتمثلة بالمعرفة السوقية. والمتغيرالتابع والمتمثلة بـ(اسم العلامة، شعار العلامة، جودة العلامة، مكانة العلامة، شهرة العلامة) للأجهزة الخلوية لدى طلبة الجامعات الأردنية. ولغرض تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث في جمع البيانات والمعلومات المختلفة عبر تصميم استبيان تم تطويرها، تتضمن جميع متغيرات الدراسة (الرئيسة والفرعية).

طبقت الدراسة على عينة كبيرة من طلبة الجامعات الأردنية ممن لهم معرفة بأنواع وعلامات واستخدامات الأجهزة المتنوعة الحديثة المتوفرة في الأسواق الأردنية؛ حي تم اختيار عينة عشوائية قدرت بـ(2000) طالب وطالبة ممن يستخدمون جهاز خلوي أو أكثر ذو علامة معينة من الملتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة، حيث تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية وأهمها معامل الارتباط (Pearson) تحليل الانحدار المتدرج (Stepwise Analysis) وتحليل الانحدار المتعدد (Coranance) واختبار شيفيه " Scheffé " للمقارنات البعدي.

## مقدمة::

بحثت هذه الدراسة موضوعاً حديثاً لا زال بحاجةٍ إلى إجراء المزيد من الدراسات والبحوث الميدانية عن المعرفة التسويقية التي تمثل جزءاً من إدارة المعرفة (Knowledge Management)، حيث اهتم الكثير من الباحثين بإدارة المعرفة، وإجراء المزيد من الدراسات في الأدب الإداري، والاستراتيجي والمعرفي، ثم قام باحثون عدة في تخصص إدارة التسويق بإجراء دراسات عن المعرفة التسويقية التي أصبحت من الأهمية بمكان، لأهميته للمدراء ورجال التسويق والمنظمات التسويقية من اهتمام ومعرفتهم بإدارة التسويق وعناصره من خلال المعرفة بالمنتج والتسعير والترويج والتوزيع أمثال دراسة (البكري وآخرون، 2006) و(الدوري وآخرون، 2006) و (الجياشي والتميمي، 2004).... الخ.

لذا تحاول هذه الدراسة لمعرفة حقيقة ودور المعرفة السوقية من وجهة نظر فئة الشباب، وبشكلٍ خاص طلبة الجامعات لتشخيص مدى معرفتهم بالعلامات التجارية، وتحديداً بعناصرها، ومدى أثر معرفته السوقية بأبعادها الخمسة وعلاقتها بدوافع الاستهلاك.

## مشكلة الدراسة:

ركزت هذه الدراسة على معرفة أثر المعرفة السوقية على دوافع الاستهلاك لدى طلبة الجامعات الأردنية تجاه عناصر العلامات التجارية مثل (اسم العلامة، شعارها، ماركتها، جودتها، مكانتها، شهرتها)، وهل يميز هؤلاء الطلبة  بين هذه العناصر لكل جهاز خلوي يفضل استخدامه؟ وقياس أثر ذلك على دوافع الاستهلاك تجاه تلك العناصر.

كما حاولت هذه الدراسة قياس العلاقة والفروق بين أفراد العينة وفق خصائصهم الديمغرافية، حيث يمكن صياغة المشكلة والتساؤلات الآتية:

هل هناك علاقة بين المعرفة السوقية ودوافع الاستهلاك لدى الطلبة تجاه عناصر العلامة التجارية لأجهزة الخلويات ودوافع الاستهلاك تجاه عناصر العلامة؟

هل توجد فروق معنوية لمستويات معرفة الطلبة بعناصر العلامة التجارية لأجهزة الخلويات  تعزى إلى خصائصهم الديموغرافية؟

هل هناك فروق ذات دلالة معنوية لمستويات رضا الطلبة عن عناصر العلامة التجارية لأجهزة الخلويات تعزى إلى خصائصهم الديموغرافية؟

## أهمية الدراسة ومبرراتها:

في أجواء تزايد فيها تعقيدات دوافع الشراء وسلوك المستهلك يوماً بعد يوم، أن دراسة العلامات التجارية ودوافع الاستهلاك عليها وقياس مدى المعرفة السوقية من قبل المستهلكين تجاهها من المواضيع النادرة وذات الأهمية البالغة لدى منظمات الأعمال، وكذلك رواد الفكر التسويقي. لأن المستهلك اليوم يدرك بدرجة كبيرة كيفية اختياره للعلامات التجارية والتميز بين العلامة التجارية والعلامات الأخرى، أو مدى تأثير رضاهم عنها، وبالتالي يمكن أن تحقق الرضا. وهو ما تسعى إليه إدارات التسويق في الشركات من خلال دراسة العلاقة والأثر بين المعرفة السوقية لعناصر العلامة ودوافع الاستهلاك، أما أبرزالأهميات التي دعت إلى إجراء هذه الدراسة فكانت كالآتي:

1. تنبثق أهمية الدراسة بكونها تتناول موضوعاً ذا أهمية كبيرة، ووجود نقص وعدم وضوح لدى الكثيرين حول معرفة المستهلك بالمعرفة السوقية.

2. دراسة أنماط الاستهلاك ودوافعه نحو الخدمات التسويقية المتمثلة بأجهزة الهواتف الخلوية، والتي أصبحت من السلع الأساسية لحياة الإنسان الفرد في وقتنا الحاضر. وتحاول الدراسة قياس العلاقة والأثر بين المعرفة السوقية ودوافع الاستهلاك لدى الطلبة تجاه عناصر العلامات التجارية لهذه الأجهزة.

3. صياغة عدة توصيات واقتراحات تقدم إلى جهات مهمة، ذات علاقة بإدارات التسويق والمنظمات التسويقية، والبحوث التسويقية، ودراسة الأسواق، وسلوك المستهلك، وكيفية تنفيذها وفقاً للبيئة الأردنية.

## أهداف الدراسة :

في ضوء مشكلة وأهمية الدراسة يمكن بلورة الأهداف الآتية:

التعرف على أثر المعرفة السوقية وأثرها على دوافع الاستهلاك لدى الطلبة تجاه عناصر العلامة التجارية.

التعرف على مقدار الرضا لدى الطلبة تجاه عناصر العلامة التجارية.

قياس معاملات الارتباط ودلالاتها الإحصائية بين المتغير المستقل والتابع.

قياس أثر المعرفة السوقية للعلامة التجارية في رضا الطلبة لها.

معرفة الفروق بين الطلبة تجاه عناصر العلامة التجارية وخصائصهم الديموغرافية.

معرفة الفروق بين الطلبة تجاه رضاهم عن تلك العناصر وخصائصهم الديموغرافية.

## الإطار النظري والدراسات السابقة:

### الإطار النظري:

تناول العديد من الباحثين ورجال الفكر التسويقي في أدبياتهم مجموعة من المحاور ذات العلاقة بمشكلة الدراسة وكان من أبرزها:

يشير مصطلح (إدارة المعرفة) إلى الجهود المبذولة من قبل المدراء لغرض الحصول وتنظيم وبناء رأس مال المؤسسة من الموارد المعلوماتية والمعرفية، ويمكن أن نسميه رأس المال المعرفي Knowledge Capital أو (الفكري) الذي تمتلكه المنظمة (Daft, 2001, 257).

أمَّا الحديث عن إدارة المعرفة التسويقية، لا بد من الإشارة إلى كونها تمثل جزءاً متداخلاً مع إدارة المعرفة الكلية للمنظمة. إلا أن إدارة المعرفة التسويقية تتداخل مع التسويق في كونها منصبة على إدراك وفهم متغيرات السوق أو ما يسمى بالبيئة التنافسية Competitive Environment للمنظمة بكل أجزائها. فمن خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات لخلق قاعدة بيانات تضم المعلومات عن أجزاء السوق وموقع المنتج

وقوة المنافسين إضافة إلى المعلومات عن الزبون من سلوكيات الشراء واختيار العلامة التجارية والولاء للمنتج. سيشكل لنا ذلك الأساس للمعرفة التسويقية وبمرور الزمن ستحقق المنظمة تراكم معرفي في هذا الاتجاه.

ويمكن تعريف إدارة المعرفة التسويقية على أنها "أحد مهارات المنظمة في الاكتساب والخلق والاحتفاظ والتشارك بالمعرفة المعتمدة على نظرة المنظمة لبيئتها التسويقية" (Baker,2000) ويرى الباحثان أن المعرفة التسويقية تشكل التداخل المنطقي ما بين إدارة المعرفة وإدارة التسويق، عندما تستخدم إدارة التسويق تكنولوجيا المعلومات Information Technology لبناء قاعدة معلومات عن متغيرات السوق وعن الزبون وعن موقع المنتجات والخدمات وتحديد الأسواق المستهدفة، واستخدام ذلك في اتخاذ القرارات الاستراتيجية التسويقية.

ولعل دور المهارات التسويقية سيكون واضحاً من خلال التعامل مع استراتيجية التسويق المعتمدة من قبل المنظمة تجاه منافسيها والتي ستشكل إدارة المعرفة التسويقية المصدر الأكثر أهمية في رفدها بالمعلومات حول حاجات ورغبات الزبون، وستعمل مهارات التسويق بالاستفادة من ذلك لتحقيق التمركز في ذهن الزبون. وبما يحقق تفوقاً واضحاً لمنظمات الأعمال من خلال الترجمة الدقيقة لحاجات ورغبات الزبون.

وتعد المعرفة السوقية كونها تمثل جزءاً من معرفة أكبر متخصصة في إدارة التسويق التي هي بدورها جزء من إدارة المعرفة (KM)، فمن خلال الاستعراض لأهم المنشورات في الفكر الاستراتيجي والتسويقي سواء أكانت كتباً أم مجلاتٍ أم بحوثاً علمية متخصصة، يلاحظ أن هناك تداخلاً بين هذه المفاهيم، إذ تركز إدارة المعرفة على العمليات (Process) كأحد عناصر نجاح المنظمات، أما المعرفة التسويقية فتركز على استخدام العمليات لتحسين وتطوير واتخاذ القرار التسويقي المناسب في الأنشطة التسويقية المختلفة (Welbeate, 2002).

كما عرفها (Kok & Vanzy, 2002) على أنها "المرشد المنضبط لتمييز المعرفة التسويقية وترويجها بين الأفراد لتطوير المعرفة الحالية وخلق معرفة تسويقية جديدة والاستفادة منها في تطوير تطبيقات المجال التسويقي المتعدد الاتجاهات"، وتعرف أيضاً ما يبقى في رأس الفرد من معلومات.

بالرجوع إلى الأدب التسويقي الحديث، فيما يخص المعرفة السوقية تحديداً، وقد تبين بأن الدراسات كانت قليلة خصوصاً تلك التي تتمحور حول المعرفة السوقية لإدارات التسويق في المؤسسات ومنظمات الأعمال، واتجاه حاجات ورغبات الزبائن وطبيعة المنافسة السائدة فيه، والعوامل الحاكمة في السوق وكذلك البحث السوقي وقوة البحث والتطوير السلعي وهي المعرفة السوقية من وجهة نظر إدارة التسويق للمنظمات (الجياشي وأخرون، 2002).

أما المكانة الذهنية فإنها كل ما يتعلق بتجديد وتطوير ونقل الخصائص النسبية التي تدرك من خلالها منتجات المؤسسة على أنها فريدة ومتميزة مقارنة مع مثيلاتها من منتجات المؤسسات المنافسة، إذ يضفي ذلك مكانة متميزة لها في أذهان الزبائن (الضمور، 2005) ، كما تعرف بأنها مجموعة من المعتقدات والأفكار والانطباعات التي يحملها الفرد عن الشيء، وتقاس بعدة طرق منها: مقياس مدى المعرفة،

ومقياس التمايز للمعاني المتضادة، أو مقياس الأبعاد المتعددة، والمقياس المباشر للمواقف، ويصعب قياس المكانة الذهنية للخدمات عما هو في المنتجات.

وبناءً على ما تقدم، فإن أنظمة المعرفة التسويقية ساعدت المنظمات في اتخاذ القرارات المناسبة في الأوقات المناسبة باتجاه تغير وتطوير المنتجات والخدمات وحزمة المنافع التسويقية المرافقة لها. تجاوباً مع تغير رغبات واهتمامات الزبون، وكلما كان تدفق المعلومات من الزبون وإليه أدق كلما كان عمل أنظمة إدارة المعرفة أفضل، وساعد ذلك على اتخاذ قرارات أدق وأفضل وعمل على تحقيق التميز في السوق المستهدف من خلال زيادة رضا الزبون وبالتالي زيادة ولائه.

وعرفها كوتلز بأنها: تسمية، مصطلح، إشارة، رمز، تصميم أو مجموعة كلها مخصصة لتحديد السلع والخدمات التي يطرحها التاجر لتميزها عن غيرها من سلع وخدمات المنافسين (كوتلر، 2003). وتعد العلامة التجارية أداة وصل بين المنتج والزبون مباشرة، وتسهل من عملية الاتصال وتوصيل الرسالة من المنتج إلى الزبون، فالمنتج هنا لا يفضل أن يقوم بتسويق سلعته للموزعين أولاً، أي يقوم باستخدام استراتيجية الجذب في السوق، أي أنه يقوم باستخدام علامته التجارية لحث الزبائن على شرائها مما يدفع الموزعين للتهافت على شراء السلعة من المنتج ومن ثم إيصالها للزبون، أي أنَّ العلامة التجارية تدعم موقف المنتج أمام الموزعين أو الوسطاء.

أما الولاء للعلامة التجارية فيأتي من خلال حصول الزّبون على تأكيدات (ضمان)، وهذا يحدث في حالة عدم وجود خبرات سابقة ومعلومات دقيقة عن العلامة لدى الزبون بخصوص العلامة التي يريد شراءها تحديداً، وبحصوله على تأكيدات حق إرجاع ما تم شراؤه خلال مدة محددة أو حصوله على كفالات مناسبة أو ضمانات أو الحصول على سلعة وتجريبها خلال فترة زمنية دون مقابل (عبيدات، 2004).

في مجال التسعير فإن العلامة التجارية لها دور كبير أيضاً، حيث إنَّ العلامة التجارية حين ترتبط بذهن الزبون فإنَّ السعر أيضاً له دور وهو أيضاً عامل مهم، والكثير من الزبائن يعتقدون بأنَّ العلامة التجارية المعروفة سعرها مرتفع نسبياً مقارنة مع أصناف أخرى تحمل علامات تجارية أخرى قد تكون غير معروفة.

## الدراسات السابقة:

لقد تقصى الباحث عن كثب الدراسات السابقة التي ربطت بين المعرفة السوقية بالعلامة التجارية ومنها:

(الجياشي، والتميمي، 2004): تناولت هذه الدراسة مشكلة تتعلق باتجاهات السلوك الشرائي لدى الزبون الأردني وأسباب تفضيلية للأجهزة الكهربائية المنزلية على مثيلاتها المحلية عند الشراء، إذ يهدف هذا البحث الى معرفة أثر عدد من العوامل التي كانت وراء تفضيله للأجهزة الكهربائية المستوردة، ومن أجل الوصول إلى هدف البحث تم اختيار عينة عشوائية منها، وجاءت النتائج داعمة للصورة الذهنية

للمنتجات كأحد العوامل المؤثرة في قرار الشراء، فضلاً عن تحديد مزيج المنتج والعوامل الاجتماعية، ولم تتأكد قوة العناصر التسويقية الأخرى كالتوزيع والترويج والتسعير.

دراسة (Paswan, et. al, 2007) كان هدف هذه الدراسة هو التركيز على المشاعر المتعلقة لرفض الزبون لعلامات خدمات مفضلة لديه وتأثير ذلك على تقييم الزبون لبديل (العلامة) أخرى وقد جمعت بيانات الدراسة عن طريق استبانة أعدت وصممت بإدارة ذاتية من قبل الفريق البحثي للدراسة، شملت بيئة ومحتوى خدمة التعلم العالي المستهدفة في السوق الدولية. توصلت الدراسة إلى أن الزبائن الذين لديهم قدرة على إدارة الحصول على علامات مفضلة من الخدمات أكثر رضا، ولديهم مستويات مرتفعة من الولاء إزاء هذه العلامات من ناحية وتجاه المنافع المتحققة (الثقة) بها والمقارنة بها مع العملاء الذين ينبهون ويتخلون عن تعاملهم مع علامات الخدمات لا تكون لديهم مستويات من الرضا والولاء إزاء المنافع والثقة اتجاههما.

دراسة قام بها (Leslie De Cheruatony, Susan Cettam 2006) بعنوان " Internal Brand Factors Driving Successful Services Brands إذ هدفت هذه الدراسة إلى بناء أو بالأحرى تبني علامة تجارية ناجحة والتي تدخل في منظومة التكامل والعمل بتناسق وانسجام لتحقيق ميزة تنافسية من خلال التعرف على العوامل الداخلية المساهمة في نجاح بناء العلامة التجارية وأجريت الدراسة من خلال مقابلات تضم (638) مصدرا موثوقا لأصحاب علامات تجارية لمنظمات تجارية تقدم خدمات مختلفة، وكانت النتائج بأن أكثر العلامات التجارية نجاحاً هي التي تمثل المنتج من حيث التوضيح للمنتج والمحتوى وتركز على مستوى عال من خدمة الزبون، والتي تتمتع بوسطية ما بين العلامة التجارية ومستوى الثقافة المحلي.

دراسة قام بها (Audhesh K. Paseam, Nancy Spears and Gopata Ganesh, 2006) بعنوان" The Effects of Obtaining One's Preferred Service Brand on Customer Satisfaction and Brand Loyalty" حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر اختيار العلامة التجارية وعملية تبنيها وعلاقتها بالرضا والولاء، حيث تم جمع المعلومات من خلال طرح الأسئلة على مجموعة من المحلات العالمية، وكانت النتائج بأنَّ العلامة التي تتمتع برضا الزبائن هي التي تتمتع بمستوى عال من الولاء للعلامة التجارية، أما التي تتمتع بمستوى منخفض من رضا الزبائن فإنها تتمتع بمستوى منخفض من الولاء.

دراسة (Lan Xia, 2005) هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الأبعاد المختلفة للمعرفة السعرية، حيث لا تزال غير واضحة، تم تطبيق الدراسة على عينتين تجريبيتين وضابطتين من طلبة الجامعات لكشف مدى تلاعب البائعين بتغير أسعارهم، حيث كان السعر النسبي مختلف بين الأسعار الحالية للمنتجات التي يتعاملون بها وعلاقتها بالأسعار السابقة، أوضحت الدراسة أن هناك تشويشا في الذاكرة، حول تلك المعلومات وعن سعر المنتجات الأصلية في محلات التجزئة وإمكانية استرجاع أسعارها للزبون عن معايير التسعير، أشارت نتائج الدراسة الى ضرورة قيام رجال التسويق بالاتصال الفعال للبحث عن معلومات عن الزبائن والتأكد من تذكرهم واستخدام معلومات عن زيادة انتشار المحلات، وأن من المهم اختبار وكشف التلاعب بالأسعار والمعرفة السعرية التي يريد الزبائن استرجاعها من ذاكرتهم.

دراسة قام بها (W, Anrand Denise D. Schoenbacler, Geoffrey L. Gordon And Timothy, 2004) بعنوان "Buiding Brand Loyalth Through Individual Stock Owaership حيث هدفت هذه الدراسة إلى طرح مجموعة من التساؤلات والإجابة عليها حيث كانت هذه التساؤلات تدور حول كيفية البحث عن مسائل بناء العلامة التجارية وكيفية خلق عامل الولاء بالتركيز على أهمية الولاء، ثم حصر عينة الدراسة من خلال دراسة أكثر من 500 حالة تنوي شراء علامات تجارية لشركات تحمل علامات تجارية مشهورة، وكانت النتائج تتبين أنه من الممكن شراء هذه العلامة من الشركة لأنها تملك خبرة كافية وواسعة لأنها تركز على الولاء لعلاماتها التجارية.

تعد هذه الدراسة الوحيدة في البيئة السعودية التي ربطت هذه المتغيرات (المعرفة السوقية وعناصر العلامة في البيئة الأردنية).

تحاول هذه الدراسة تناول المعرفة من وجهة نظر الطلبة التي تختلف عن المعرفة التسويقية.

## منهجية الدراسة:

### فرضيات الدراسة:

**الفرضية الرئيسة الأولى:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية ودوافع الاستهلاك للطالب تجاه عناصر العلامة التجارية (إسم العلامة، شعارها، جودتها، مكانتها، شهرتها).

**الفرضية الرئيسة الثانية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية **حول المعرفة السوقية** بين أفراد العينة تعزى إلى خصائصهم الديمغرافية (الجنس، العمر، المستوى الدراسي).

**الفرضية الرئيسة الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية **حول الرضا** عن عناصر العلامة التجارية بين أفراد العينة تعزى إلى خصائصهم الديمغرافية (الجنس، العمر، والمستوى الدراسي).

#### أداة الدراسة:

**المقياس الأول**: أسئلة مغلقة للتعرف على الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة وتكونت من (3) أسئلة تعلقت بالجنس، العمر، المستوى الدراسي.

**المقياس الثاني**: خصص لقياس المعرفة السوقية وتألف من (58) عبارة لقياس أبعاد المعرفة السوقية بواقع (9،8،12،9،9،11) عبارة لكل بعد على التوالي، اعتماداً على المقاييس الواردة في عدة دراسات منها: (الجياشي والتميمي، 2004)، (Tsai, 2000)، (Bruce, 2001; Thurau, 2000) بعد تكيفيها مع غايات الدراسة وقد وزعت عبارات المقياس على أبعاد دوافع الاستهلاك تجاه عناصر العلامة التجارية. وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن هذه العبارات وبالشكل التالي: موافق بشدةً(5)، موافق (4)، محايد (3)، غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1) .

**المقياس الثالث:** خصص لقياس الرضا عن عناصر العلامة التجارية، وقد احتوى على (9) عبارات بالاعتماد على المقياس المعتمد.

## الصدق والثبات

للتحقق من صدق الاستبانة، قام الباحث بعرضها على (6) محكمين من ذوي الاختصاص بموضوع الدراسة لغرض التحقق من صدق (محتوى ومضمون) فقرات الاستبانة، للحصول على نسبة اتفاق مقبولة مما يجعلها صالحة للأغراض التي وضعت من أجلها بعد أن تم الإشارة إلى المقاييس الأصلية التي تم الاعتماد عليها والحكم عليها وتكيفيها مع أغراض الدراسة. وللتأكد من ثبات مقاييس البحث، تم استخدام معامل (كرونباخ ألفا)، حيث بلغت للمتغير الأول (0.88) والرضا (0.93) علماً بأن قبول قيمة ألفا إحصائياً عندما تكون مساوية أو أكبر من (0.60) وبذلك يتمتع المقياس بثبات عالٍ.

### عينة ومجتمع الدراسة

يمثل مجتمع الدراسة مجموعة كبيرة من الطلبة من مختلف الجامعات الأردنية الرسمية والخاصة، إذ بلغ عددهم(2000)❖ طالب تقريباً من إجمالي عدد الطلبة الكلي والبالغ (244784) طالباً وطالبة وذلك حسب إحصائيات عام (2010/2009) وأن أغلبهم ممن يقتنون هواتف خلوية وهي ذات علامات تجارية مختلفة.

تم اختيار هذه العينة ممن يشترون الأجهزة الخلوية على أسس تفضيل العلامة التجارية، حيث تم اختيار العينة بطريقة العينة الاحتمالية العشوائية (عينة الملاءمة) وفق دراسات (الضمور، 2005؛ عبيدات، 2006) عندما يكون المجتمع المبحوث كبير جداً، ويتم اختيار الطلبة فيها بصورة عشوائية ثم وزعت على (2000) طالب.

### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لغايات تحليل البيانات وإختبار فرضيات الدراسة، فقد اختار الباحث مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية، ويتم استخراج النتائج عن طريق برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار (14) لعام 2007.

**الإحصاء الوصفي**: تمثلت المؤشرات الوصفية في النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، لوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة، ووصف عبارات متغيراتها.

**معامل الارتباط** (بيرسون) لقياس علاقات الارتباط بين المتغيرات واختبار الفرضية الأولى.

**تحليل التدريجي المتعدد** (Stepwise Analysis) لاختبار الفرضية الرئيسة الثانية.

**تحليل التباين** المتعدد ( MANOVA) لاختبار الفرضية الثالثة.

## نتائج الدراسة:

يتناول هذا الفصل عرض النتائج الأولية للتحليل الإحصائي فيما يخص الإحصاء الوصفي بشأن الخصائص الشخصية والأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة حول المتغيرات المستقلة والتابعة والفرعية لهما، ثم عرض التحليل الإحصائي الخاص بالإحصاء التحليلي الذي يتعلق بالارتباط والانحدار والفروق وباختباري (t-test) و(Schefee) كالآتي:

### عرض النتائج المتعلقة بالخصائص الشخصية :

**جدول رقم (1) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق خصائصهم الشخصية**

| المتغير | الفئة / المستوى | العدد | النسبة المئوية% | المجموع |
|---|---|---|---|---|
| الجنس | ذكر | 336 | 28.0 | %100 |
| | أنثى | 864 | 72.0 | |
| العمر | اقل من 20 سنة | 667 | 55.6 | %100 |
| | 21-24 سنة | 517 | 43.1 | |
| | 25 فأكثر سنة | 16 | 1.3 | |
| المستوى الدراسي | سنة أولى | 57 | 4.8 | %100 |
| | سنة ثانية | 171 | 14.3 | |
| | سنة ثالثة | 921 | 76.8 | |
| | سنة رابعة | 41 | 3.4 | |
| | **سنة خامسة فأكثر** | **10** | **.8** | |

يتبين من الجدول (1) أن عدد الذكور كان (336) وبنسبة (28٪) في حين بلغ عدد الإناث (864) بنسبة (72٪) ويلاحظ أن عدد الإناث كان أكثر بكثير من خضعوا للعينة حيث تم توزيع الاستبانة على طلبة الجامعات الحكومية والخاصة، وهناك نسبة تركيز عالية للإناث فيها.

أما بخصوص العمر فاحتلت الفئة أقل من (20) سنة العدد الأكبر، إذ بلغ عددهم (667) وبنسبة (055.6٪) وهذا ما يتطابق مع الواقع الفعلي، حيث أن أغلب أعمار من وزعت عليهم الاستبانة هم من طلبة الكليات في مراحلها المختلفة حيث لا ننسى أن متوسط أعمار دخول الطلبة للجامعات هو (17.5- 18) سنة. وجاءت الفئة العمرية (21- 24) سنة بالمرتبة الثانية، إذ بلغ عددهم (517) بنسبة (43.1٪). واحتلت الفئة العمرية (25فأكثر) سنة بعدد (16) ونسبة (1.3٪).

وبخصوص المستوى الدراسي احتلت فئة (السنة الثانية) العدد الأكبر إذ بلغ عددهم (921) بنسبة (76.8٪) وهذا ما يستهدف هذه الشريحة الواسعة ضمن طلبة الجامعات. ثم جاءت فئة الدبلوم إذ بلغ عددهم (171) بنسبة (14.3٪)، وكانت الفئة المنخفضة جداً هي فئة (السنة الخامسة فأكثر)، إذ بلغ عددهم (10)

وشكلوا نسبة (8٪) فقط. وهذا ما يتماشى مع عدد طلبة في ذلك المستوى كنسبة في الجامعات الأردنية إذ هي منخفضة جداً إذا ما قورنت بطلبة السنوات السابقة.

**عرض النتائج المتعلقة بالمتغيرات المستقلة (المعرفة السوقية):**

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على مجالات أداة المعرفة السوقية تجاه العلامة التجارية، والجدول (2) يبين ذلك.

**جدول رقم(2)**

**قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على المتغيرات الفرعية للمعرفة السوقية تجاه عناصر** العلامة التجارية مرتبة ترتيباً تنازلياً

| رقم المتغير | متغيرات المعرفة السوقية | الرتبة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير |
|---|---|---|---|---|---|
| **3** | جودة العلامة | 1 | 3.75 | 0.64 | **عالية** |
| **2** | شعار العلامة | 2 | 3.63 | 0.69 | **عالية** |
| **5** | شهرة العلامة | 3 | 3.62 | 0.62 | **عالية** |
| **4** | مكانةالعلامة | 4 | 3.60 | 0.53 | **عالية** |
| **1** | أسم العلامة | 5 | 3.59 | 0.69 | **عالية** |
| **المتغيرات ككل** | | | **3.64** | **0.49** | **عالية** |

يتبين من الجدول (2) إن المتغير الثالث **(جودة العلامة)** جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.75) وبانحراف معياري (0.64) وبدرجة عالية، ثم تلاه المتغير الثاني **(شعار العلامة)** في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.63) وبانحراف معياري (0.69) وبدرجة عالية، أما **(شهرة العلامة)** فقد جاء في المرتبة الثالثة وبمتوسط حسابي (3.59) وبانحراف معياري (0.69) وبدرجة عالية، ثم في المتغير **(مكانة العلامة)** في المرتبة الرابعة وبمتوسط حسابي (3,60)، أما المتغير الخامس فكان **(أسم العلامة)** وبمتوسط حسابي قدره (3,59). أما **الفقرات ككل** فقد جاءت بمتوسط حسابي (3.64) وبانحراف معياري (0.49) وبدرجة عالية. وهذا يعني أن لأجهزة الخلويات هذه مكانة ذهنية جيدة ويدل على ذلك ارتفاع قيمة الوسط الحسابي مما يتضح أنهم لهم معرفة سوقية جيدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (3.64).

كما تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات كل مجال من مجالات أداة الدراسة بشكل مفصل ولكل مجال كالآتي، وفيما يلي عرضاً لذلك.

**جدول رقم (3)**

**قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تجاه أسئلة (عبارات) المتغيرات الفرعية للمعرفة السوقية لدى الطلبة تجاه أسم العلامة التجارية**

| ت | أسم العلامة التجارية | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير | الرتبة |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | | 3.36 | 1.24 | متوسطة | 11 |
| 2 | | 3.58 | 1.31 | عالية | 8 |
| 3 | | 3.97 | 1.02 | عالية | 2 |
| 4 | | 3.60 | 1.15 | عالية | 6 |
| 5 | | 3.74 | 1.23 | عالية | 3 |
| 6 | | 3.63 | 1.31 | عالية | 5 |
| 7 | | 4.10 | 1.10 | عالية | 1 |
| 8 | | 3.51 | 1.33 | عالية | 9 |
| 90 | | 3.73 | 1.15 | عالية | 4 |
| 10 | | 3.48 | 1.27 | متوسطة | 10 |
| **11** | | **3.59** | **1.17** | **عالية** | **7** |

* أنظر إلى الإستبانة المرفقة.

أظهرت التحليلات الإحصائية وكما هو مبين في الجدول رقم(3) بإن العبارات ذات الارقام(7،3،5،9،6،2،8) جميعها حصلت على متوسطات عالية وكانت حسب الترتيب على النحو التالي(4,10،3,97،3،74،3،73،3,63،3,58،3،51)، بينما العبارات ذات الارقام (1,10) قد حصلت على متوسطات متوسطة وهي على النحو التالي(3,48،3,36).

ويتضح أن هناك تباين في درجات المتوسطات الحسابية يعزى إلى تباين إجاباتهم، ولكن بشكل عام تبدو مرتفعة، وهذا يعني إن لديهم معرفة صريحة بعناصر العلامة.

**جدول رقم (4)**

**قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تجاه أسئلة (عبارات) المتغيرات الفرعية للمعرفة السوقية لدى الطلبة تجاه شعار العلامة التجارية**

| ت | شعار العلامة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير | الرتبة |
|---|---|---|---|---|---|
| 12 | | 3.82 | 1.19 | عالية | 4 |
| 13 | | 3.38 | 1.27 | متوسطة | 9 |
| 14 | | 3.85 | 1.26 | عالية | 2 |
| 15 | | 3.81 | 1.19 | عالية | 5 |
| 16 | | 4.12 | 1.16 | عالية | 1 |
| 17 | | 3.53 | 1.13 | عالية | 8 |
| 18 | | 3.75 | 1.17 | عالية | 6 |
| 19 | | 3.68 | 1.22 | عالية | 7 |
| **20** | | **3.83** | **1.18** | **عالية** | **3** |

* أنظر إلى الإستبانة المرفقة.

أظهرت التحليلات الإحصائية وكما هو مبين في الجدول رقم(4) بإن العبارات ذات الارقام(17,19،18،15،12،20،14،16) جميعها حصلت على متوسطات عالية وكانت حسب الترتيب على النحو التالي( 3,53،3,68،3,75،3,81،3,82،3,83،3,85،4,12) ،بينما العبارة ذات الرقم (13) قد حصلت على متوسط حسابي متوسط وهي على النحو التالي(3,38).

**جدول رقم (5)**

**قيم الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة تجاه أسئلة (عبارات) مكانة العلامة التجارية**

| ت | ماركة العلامة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير | الرتبة |
|---|---|---|---|---|---|
| 21 | | 3.71 | 1.10 | عالية | 1 |
| 22 | | 3.64 | 1.31 | عالية | 3 |
| 23 | | 3.46 | 1.22 | متوسطة | 10 |
| 24 | | 3.69 | 1.31 | عالية | 2 |
| 25 | | 3.57 | 1.29 | عالية | 6 |
| 26 | | 3.43 | 1.35 | متوسطة | 9 |
| 27 | | 3.60 | 1.17 | عالية | 4 |
| 28 | | 3.54 | 1.17 | عالية | 8 |
| 29 | | 3.56 | 1.15 | عالية | 7 |
| **30** | | **3.58** | **1.21** | **عالية** | **5** |

* أنظر إلى الإستبانة المرفقة.

أظهرت التحليلات الإحصائية وكما هو مبين في الجدول رقم(5) بإن العبارات ذات الارقام(28،29،25،30،27،22،24،21) جميعها حصلت على متوسطات عالية و حسب الترتيب كانت على النحو التالي(3,54،3,56،3,57،3,58،3,60،3,64،3,69،3,71) ،بينما العبارات ذات الارقام (26،23) قد حصلت على متوسطات حسابية متوسطة وهي على النحو التالي(3,43،3,46).

**جدول رقم (6)**

**الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة تجاه أسئلة (عبارات) جودة العلامة التجارية**

| ت | جودة العلامة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير | الرتبة |
|---|---|---|---|---|---|
| 31 | | 3.94 | 1.20 | عالية | 3 |
| 32 | | 3.95 | 1.06 | عالية | 2 |
| 33 | | 3.86 | 1.21 | عالية | 4 |
| 34 | | 4.03 | 1.04 | عالية | 1 |
| 35 | | 3.80 | 1.24 | عالية | 6 |
| 36 | | 3.54 | 1.15 | عالية | 12 |
| 37 | | 3.70 | 1.11 | عالية | 7 |
| 38 | | 3.56 | 1.20 | عالية | 11 |
| 39 | | 3.65 | 1.16 | عالية | 9 |
| 40 | | 3.82 | 1.08 | عالية | 5 |
| 41 | | 3.69 | 1.11 | عالية | 8 |
| **42** | | **3.64** | **1.23** | **عالية** | **10** |

* أنظر إلى الإستبانة المرفقة.

أظهرت التحليلات الإحصائية وكما هو مبين في الجدول رقم(6) بإن العبارات ذات الارقام(36،38،42،39،41،37،35،40،33،31،32،34) جميعها حصلت على متوسطات عالية وكانت على النحو التالي ( 3،64،3،56،3،54، 3،82،3،80،3،70،3،69،3،65، 3،86، 3،4،03،94).

**جدول رقم (7)**

**الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفرا العينة تجاه أسئلة (عبارات) شهرة العلامة التجارية**

| ت | شهرة العلامة | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير | الرتبة |
|---|---|---|---|---|---|
| 43 | | 3.94 | 1.28 | عالية | 2 |
| 44 | | 3.56 | 1.25 | عالية | 7 |
| 45 | | 3.40 | 1.26 | متوسطة | 8 |
| 46 | | 3.70 | 1.18 | عالية | 5 |
| 47 | | 3.77 | 1.17 | عالية | 3 |
| 48 | | 3.76 | 1.18 | عالية | 4 |
| 49 | | 3.68 | 1.31 | عالية | 6 |
| **50** | | **4.00** | **1.14** | **عالية** | **1** |

* أنظر إلى الإستبانة المرفقة.

أظهرت التحليلات الإحصائية وكما هو مبين في الجدول رقم(7) بإن العبارات ذات الارقام(44،49،46،48،47،43،50) حيث حصلت على متوسطات عالية وكانت حسب الترتيب التال(3،56،3،68،3،70،3،76،3،77،3،94،4،00)، وحصلت العبارة رقم(45) على متوسط حسابي متوسط قدره (3،40).

## عرض النتائج المتعلقة بالمتغيرات التابعة (رضا الطلبة):

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات رضا الطلبة ، والجدول (8) يبين ذلك.

**جدول (8)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات المتغير التابع رضا الطلبة**

| ت | رضا الطلبة * | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة التقدير | الرتبة |
|---|---|---|---|---|---|
| 51 | | 4.07 | 1.06 | عالية | 1 |
| 52 | | 3.68 | 1.08 | عالية | 4 |
| 53 | | 3.58 | 1.23 | عالية | 6 |
| 54 | | 3.51 | 1.22 | عالية | 7 |
| 55 | | 3.48 | 1.32 | متوسطة | 9 |
| 56 | | 3.86 | 1.14 | عالية | 2 |
| 57 | | 3.61 | 1.22 | عالية | 5 |
| 58 | | 3.73 | 1.28 | عالية | 3 |
| **59** | | **3.49** | **1.29** | **متوسطة** | **8** |

* أنظر إلى الإستبانة المرفقة.

أظهرت التحليلات الإحصائية وكما هو مبين في الجدول رقم(8) بإن العبارات ذات الارقام(44،49،46،48،47،43،50) حيث حصلت على متوسطات عالية وكانت حسب الترتيب التال(3,56،3,68،3,70،3,76،3,77،3,94،4,00)، وحصلت العبارة رقم(45) على متوسط حسابي متوسط قدره (3,40).

**اختبار فرضيات الارتباط:**

نصت الفرضية الرئيسية الأولى التي مفادها: " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية للطلبة ورضاهم عن عناصر العلامة التجارية (اسم العلامة، شعارها، جودتها، مكانتها، شهرتها). يتبين من الجدول (9) أنَّ جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائياً بين جميع المتغيرات الفرعية للمتغير المستقل (المعرفة السوقية). حيث يتضح أن قيمة الارتباط تراوحت بين قيمة متوسطة ومرتفعة ومرتفعة جداً أي محصورة بين ثلاث فئات (0.50) فأقل (0.50- 0.70) وبين (0.70- فأكثر) وهذا يدل على وجود اتساق بين أسئلة (فقرات) الاستبيان والأكثر من ذلك هو وجود علاقات ارتباط معنوية قوية بين المعرفة السوقية ككل وكل متغير فرعي كما في الصف الأخير من الجدول المذكور، وهذا يعطي أنها تتفرع توزيع طبيعي وكما أن مستوى الدلالة الإحصائية كان دقيق حيث تحت مستوى قيمة (99) واحتمالية الخطأ بلغ (0.01) أي 1٪. كما أجرى الباحث مصفوفة ارتباط اسئلة المتغير التابع (رضا الزبون). ويوضح الجدول (10) ذلك حيث كانت قيم معاملات الارتباط جيدة مما يعني وجود اتساق داخلي بين أسئلة هذا المتغير وتحت درجة ثقة $(\alpha = 0.01)$.

كما تم استخراج معامل الارتباط بين جميع أسئلة المتغير التابع (الرضا) عن عناصر العلامة التجارية للأجهزة الخلوية، حيث يتبين من الجدول (10) أنَّ جميع معاملات الارتباط موجبة ودالة إحصائياً بين جميع أسئلة المتغير التابع (الرضا) عن عناصر العلامة التجارية للأجهزة الخلوية.

**جدول (10)**

**معاملات الارتباط بين أسئلة للمتغير التابع (الرضا) عن عناصر العلامة التجارية للأجهزة الخلوية**

| الفقرات | 72 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80 | الكلي الرضا |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 61 | 1 | | | | | | | | | |
| 62 | *.697 | 1 | | | | | | | | |
| 63 | *.623 | *.561 | 1 | | | | | | | |
| 64 | *.670 | *.699 | *.570 | 1 | | | | | | |
| 65 | *.656 | *.381 | *.334 | *.507 | 1 | | | | | |
| 66 | *.651 | *.646 | *.612 | *.468 | *.468 | 1 | | | | |
| 67 | *.592 | *.590 | *.285 | *.556 | *.473 | *.530 | 1 | | | |
| 68 | *.465 | *.530 | *.290 | *.672 | *.547 | *.589 | *.541 | 1 | | |
| 69 | *.487 | *.593 | *.338 | *.325 | *.544 | *.543 | *.553 | *.512 | 1 | |
| الكلي الرضا | *.524 | *.635 | *.526 | *.503 | *.520 | *.652 | *.645 | *.619 | *.549 | 1 |

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha$ = 0.01)

وكذلك تم استخراج معاملات الارتباط بين المتغيرات الفرعية للمعرفة السوقية ورضا الزبائن نحو عناصر العلامة التجارية للأجهزة الخلوية، حيث يتبين من الجدول (10) أن العلاقة بين درجة رضا الطلبة وجميع عناصر المعرفة السوقية طردية (موجبة).

## اختبار فرضيات الفروق

نصت الفرضية الرئيسية الثانية "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha = 0.05$) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة في درجة المعرفة السوقية تجاه العلامة التجارية تعزى إلى المتغيرات (الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي)؟".

للإجابة عن هذه الفرضية تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات أداة المعرفة السوقية تجاه العلامة التجارية ككل وحسب المتغيرات (الجنس، العمر، المستوى الدراسي)، والجدول (11) يبين ذلك:

**جدول (11)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات أداة المعرفة السوقية تجاه العلامة التجارية ككل وحسب المتغيرات (الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي)**

| المتغير | الفئة/المستوى | العدد | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري |
|---|---|---|---|---|
| الجنس | ذكر | 336 | 3.58 | 0.47 |
| | أنثى | 864 | 3.66 | 0.49 |
| العمر | اقل من 20 سنة | 667 | 3.71 | 0.46 |
| | 21-30 سنة | 517 | 3.58 | 0.49 |
| | 31-40 سنة | 16 | 2.81 | 0.00 |
| المستوى الدراسي | ثانوية عامة فاقل | 57 | 3.61 | 0.48 |
| | دبلوم | 171 | 3.86 | 0.47 |
| | بكالوريوس | 921 | 3.62 | 0.47 |
| | ماجستير | 41 | 3.16 | 0.50 |
| | دكتوراه | 10 | 3.28 | 0.00 |

يبين

الجدول (11) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل (المعرفة السوقية) وحسب متغيرات (الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي)، ولمعرفة الدلالة الإحصائية لتلك الفروق، تم استخدام تحليل التباين السداسي (Six Way ANOVA)، و الجدول(18) بين ذلك:

**جدول (12)**

**نتائج تحليل التباين السداسي لتقديرات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل(المعرفة السوقية) وحسب متغيرات (الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي)**

| مصدر التباين | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة ف | الدلالة الإحصائية |
|---|---|---|---|---|---|
| الجنس | 1.019 | 1 | 1.019 | 5.423 | *0.020 |
| العمر | 2.567 | 2 | 1.284 | 6.834 | *0.001 |
| المستوى الدراسي | 9.382 | 4 | 2.345 | 12.487 | *0.000 |
| الخطأ | 222.397 | 1,184 | 0.188 | | |
| المجموع | **238.521** | **1,191** | | | |

* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05)

يبين الجدول (12) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل(المعرفة السوقية) و تعزى لمتغير الجنس وكانت لصالح الإناث.

**كما يتبين من الجدول (13) وجود** فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائي (α = 0.05) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل(المعرفة السوقية) تعزى لمتغير العمر، ولمعرفة لصالح من تلك الفروق تم استخدام اختبار شيفيه (schefee) للمقارنات البعدية ، والجدول (13) يبين ذلك.

**جدول (13)**

**نتائج اختبار شيفيه (Schefee) للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل (المعرفة السوقية) وحسب متغير العمر**

| العمر | المتوسط الحسابي | العمر | | |
|---|---|---|---|---|
| | | اقل من 20 سنة | 21-24 سنة | 25سنة فأكثر |
| | | **3.71** | **3.58** | **2.81** |
| اقل من 20 سنة | **3.71** | | 0.13 | *0.90 |
| 21-24 سنة | **3.58** | | | 0.77 |
| 25 سنة فأكثر | **2.81** | | | |

* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05)

يتبين من الجدول وجود فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة ذوي العمر (اقل من 20 سنة) وأفراد عينة الدراسة ذوي العمر (21- 24 سنة) ولصالح ذوي العمر (اقل من 20 سنة).

**كما يتبين من الجدول (14) وجود** فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل (المعرفة السوقية) تعزى لمتغير المستوى الدراسي، ولمعرفة لصالح من تلك الفروق تم استخدام اختبار شيفيه (schefee) للمقارنات البعدية، والجدول (14) يبين ذلك.

**جدول (14)**

**نتائج اختبار شيفيه (Schefee) للمقارنات البعدية لمتوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة على فقرات الأداة ككل (المعرفة السوقية) وحسب متغير المستوى الدراسي**

| المستوى الدراسي | المتوسط الحسابي | المستوى الدراسي | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | سنة أولى | سنة ثانية | سنة ثالثة | سنة رابعة | خامسة فأكثر |
| | | 3.61 | 3.86 | 3.62 | 3.16 | 3.28 |
| سنة أولى | 3.61 | | 0.25 | 0.01 | 0.45 | 0.33 |
| سنة ثانية | 3.86 | | | 0.24 | *0.70 | 0.58 |
| سنةثالثة | 3.62 | | | | 0.46 | 0.34 |
| سنة رابعة | 3.16 | | | | | 0.12 |
| خامسة فأكثر | 3.28 | | | | | |

* ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05)

يتبين من الجدول وجود فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الإحصائية (α = 0.05) بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة ذوي المستوى الدراسي (سنة أولى) ولصالح ذوي المستوى الدراسي(السنة الثالثة).أما الجدول رقم (15) يبين ذلك.

**جدول (15)**

**المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على مجالات الأداة الخمسة (المعرفة السوقية) وحسب متغير (الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي)**

| المتغير | المستوى/ الفئة | | المجال | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | الأول | الثاني | الثالث | الرابع | الخامس |
| الجنس | ذكر | المتوسط الحسابي | 3.35 | 3.56 | 3.48 | 3.82 | 3.82 |
| | | الانحراف المعياري | 0.07 | 0.08 | 0.09 | 0.09 | 0.09 |
| | أنثى | المتوسط الحسابي | 3.31 | 3.40 | 3.56 | 3.77 | 3.62 |
| | | الانحراف المعياري | 0.06 | 0.08 | 0.08 | 0.08 | 0.09 |
| العمر | اقل من 20 سنة | المتوسط الحسابي | 3.59 | 3.58 | 3.54 | 3.83 | 3.72 |
| | | الانحراف المعياري | 0.05 | 0.06 | 0.07 | 0.06 | 0.07 |
| | 24-21 سنة | المتوسط الحسابي | 3.50 | 3.45 | 3.45 | 3.79 | 3.57 |
| | | الانحراف المعياري | 0.05 | 0.06 | 0.06 | 0.06 | 0.07 |
| | 25سنة فأكثر | المتوسط الحسابي | 2.91 | 3.39 | 3.58 | 3.76 | 3.86 |
| | | الانحراف المعياري | 0.16 | 0.19 | 0.20 | 0.20 | 0.21 |
| المستوى الدراسي | سنة أولى | المتوسط الحسابي | 3.39 | 3.21 | 3.86 | 4.10 | 4.08 |
| | | الانحراف المعياري | 0.10 | 0.12 | 0.13 | 0.12 | 0.13 |
| | سنة ثانية | المتوسط الحسابي | 3.30 | 3.55 | 3.84 | 4.46 | 4.11 |
| | | الانحراف المعياري | 0.08 | 0.10 | 0.11 | 0.10 | 0.11 |
| | سنة ثالثة | المتوسط الحسابي | 3.41 | 3.50 | 3.67 | 4.06 | 3.79 |
| | | الانحراف المعياري | 0.07 | 0.09 | 0.09 | 0.09 | 0.10 |
| | سنة رابعة | المتوسط الحسابي | 3.18 | 2.92 | 2.95 | 3.64 | 3.55 |
| | | الانحراف المعياري | 0.09 | 0.11 | 0.12 | 0.11 | 0.12 |

| | خامسة فأكثر | المتوسط الحسابي | 3.37 | 4.20 | 3.29 | 2.72 | 3.07 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | الانحراف المعياري | 0.20 | 0.24 | 0.26 | 0.25 | 0.27 |

يبين الجدول (15) وجود فروق ظاهرية بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة كل مجال من مجالات عناصر العلامة التجارية الخمسة وحسب متغير**(الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي)**، ولمعرفة مستويات الدلالة الإحصائية لتلك الفروق تم استخدام تحليل التباين المتعدد (MANOVA).

## الاستنتاجات والتوصيات:

جاءت الدراسة بعدة نتائج هامة في ضوء ما خطط لها من أهداف ومعالجات وتحليلات إحصائية يمكن أن ندرجها وفق التسلسل الآتي:

### الاستنتاجات النظرية

لقد تم استخدام مفهوم العلامة التجارية لأول مرة في الكتابات التسويقية من خلال الإشارة إلى الثقافة التنظيمية للمؤسسة من قبل (Whyte,1948) ثم تلتها عدة بحوث ودراسات توسعت فيها لتقسمها إلى سبعة عناصر هي اسم العلامة، شعار العلامة، الاسم التجاري، مكان العلامة، جودة العلامة، شهرة العلامة، كما اختلف الباحثون في تصنيفها.

كما ساهم الفكر الإداري التسويقي مساهمة كبرى، فعندما نتأمل موضوع رضا الزّبون في حين ركزت الكتابات الإدارية في مجال السلوك التنظيمي على سلوك المدراء، العاملين، وبالتالي وجود حالة من التكامل بين المفاهيم الإدارية، كما أن مقياس رضا الزبون يختلف عن مقياس الرضا للعاملين بصيغته المطوّلة والقصيرة.

وجود ندرة واضحة في الدراسات التي تناولت العلامة التجارية في قطاع الخدمات الأردنية تحديداً لصعوبة قياسها أو ملموسيتها، حيث لا زالت الكتابات عن إدارة المعرفة التسويقية قليلة.

### الاستنتاجات الميدانية:

#### 5- 2- 1 استنتاجات المتغير المستقل (المعرفة السوقية) تجاه عناصر المعرفة

حصل المتغير الرئيسي للدراسة (المعرفة السوقية) على مستوى مرتفع من إجابات المبحوثين حيث بلغ الوسط الحسابي العام للمتغيرات الفرعية ككل (3.64) كما أن نسب التشتت (الاختلاف) بشكل عام متدنية جداً بمقدار انحراف معياري (0.49) وهذا يدلك على أن هناك نسبة اتفاق عالية على المعرفة السوقية تجاه عناصر العلامة لدى الطلبة.

حصل المتغير الفرعي (المكانة الذهنية) على الترتيب الأول من حيث قيمة الوسط الحسابي (3.75) ثم جاءت الجماعات المرجعية بالترتيب الثاني وهذا يعني أن هناك صورة رسمتها العلامة التجارية للأجهزة الخلوية التي يتعامل معها الطلبة. كما أنهم يتأثرون بآراء أصدقائهم وزملائهم وآبائهم الذين يعتبرون بالجماعات المرجعية لهم.

كان ترتيب الخبرة كمتغير فرعي بالمرتبة (5) والأخيرة. وهذا يعني أن خبرتهم ضمن المعرفة السوية عن عناصر العلامة لا تزال ليست عالية جداً وهذا ما يتماشى مع ما جاء في الفقرة (2) من هذه النتائج أي أنَّ لهم صورة ذهنية جيدة متأنية من الجماعات المرجعية.

حصلت المعرفة الظاهرة للمتغير الفرعي (ماركة العلامة) على الترتيب الأول، حيث بلغ الوسط الحسابي لها (4.10) وهي قيمة مرتفعة وكبيرة ثم جاء المتغير الفرعي (شعار العلامة) بالمرتبة الثانية بمقدار وسط حسابي (3.97) وهكذا تدرجت باقي القيمة من (3- 16) وفق أسئلة المتغيرات الخاصة بالمعرفة الظاهرة. وهذا يعني أن ماركة العلامة هي ذات أثر فاعل ولهم معرفة جيدة بها.

أما فيما يخص المجال الثاني (المعرفة الضمنية) فقد حصل متغير جودة العلامة السؤال (28) على الترتيب الأول، أي أن الطلبة يقدرون ضمناً جودة العلامة ويستطيعون تمييزها. ثم جاء المتغير الفرعي (ماركة العلامة) بالترتيب الثاني إذ بلغ (3.85) وهكذا تدرجت قيمة الأوساط الحسابية لباقي المتغيرات الفرعية حيث حصل شعار العلامة على الترتيب (17) وهو الأخير.

أما فيما يخص المجال الثالث (الخبرة) فقد حصل المتغير الفرعي الخاص (شعار العلامة) على المرتبة الأولى ثم جاء اسم العلامة بالمرتبة الثانية، ثم ماركة العلامة بالمرتبة (3) وهذا مؤشر جيد على أن الخبرة لدى الطلبة ممن استطلعت آراءهم يعرفون ولديهم خبرة بكل من شعار العلامة واسم العلامة وماركة العلامة وهم يقتنون أجهزة الخلويات في ضوء هذه الأسماء والشعارات والماركات أولاً. ثم جاءت بقية المتغيرات الفرعية لتشمل جودة العلامة ومكانتها.

أما بخصوص المكانة الذهنية ومدى أثرها على ولائهم ورضاهم عن عناصر العلامة، فقد يتبين في ضوء النتائج أن (شعار العلامة) احتل المرتبة الأولى، ثم اسم العلامة بالمرتبة الثانية واسم العلامة بالمرتبة الثالثة، وهذا دليل آخر على أنَّ المكانة الذهنية تبدو مترسخة لدى هؤلاء الطلبة من خلال شعار العلامة واسم العلامة. وجاءت باقي عناصر العلامة في الترتيب (3- 13) على التوالي.

أخيراً جاءت نتائج المجال الخامس (الجماعات المرجعية) لتشير إلى شهرة العلامة حيث احتلت المرتبة الأولى بوسط حسابي (4) وهي قيمة مرتفعة جداً ثم اسم العلامة بالمرتبة الثانية وجودة العلامة (3). وهذا يعني أن الجماعات المرجعية التي أرشدت هؤلاء الطلبة حول شراء هذه العلامات من الخلويات تركز على هذه العناصر المهمة مما شجعهم وأقنعهم على تفضيلها.

### 5- 2- 2 استنتاجات المتغير التابع (رضا الطلبة) تجاه عناصر العلامة

أوضحت النتائج المتعلقة بهذا المتغير المهم أن الإجابة على السؤال عن الرضا الكلي كان هو بالترتيب الأول إذ بلغ الوسط الحسابي (4.07) وهي قيمة مرتفعة جداً ثم جاءت الإجابة على قياس الرضا عن المتغيرات الفرعية (سؤال 77) المتعلق بالعلاقات الطيبة أثناء التعامل مع زبائنها بالمرتبة الثانية وعن رضاهم وقناعتهم عن العلامة التجارية بالمرتبة الثالثة. وهكذا لباقي أسئلة الرضا كما أن قيمة الوسط الحسابي العام لمتغير الرضا تبدو هي الأخرى مرتفعة من خلال جمع متوسطات الرضا كاملة وتقسيمها على عدد الأسئلة (8) ليكون بذلك المعدل العام للرضا.

أوضحت نتائج التحليل الإحصائي المتعلقة بالارتباط بين متغيرات الدراسة (المعرفة السوقية) مع (رضا الطلبة) مرتفعة وكانت بشكل عام (0.63) وهذا يعني وجود علاقة ارتباط إيجابية طردية بين متغيرات الدراسة.

**العلاقات الإحصائية (الانحدار).**

وجود أثر متغير للمعرفة السوقية مجتمعة لعناصر العلامة للتنبؤ في رضا الطلبة حيث كانت جميعها معنوية وكان مقدار معاملات التحديد ($R^2$) جيدة (0.496- 0.369).

كانت نتائج أثر متغير المعرفة الضمنية لعناصر العلامة التجارية للتنبؤ برضا الطلبة واضحة هي الأخرى حيث بلغت جميعها معنوية وكان مقدار التفسير (معامل التحديد) بين (0.229- 0.156).

كانت جميع قيم انحدار المتغير الفرعي (الخبرة) تجاه عناصر العلامة والرضا عنها إيجابية ومعنوية وبلغت قيم معامل التحديد بين (0.248—0.173) وارتفاع قيمة (F) المحسوبة تحت مستوى معنوية ($\alpha$ =0.05).

كانت نتائج تحليل الانحدار التدريجي لمتغير المكانة الذهنية لعناصر العلامة وأثرها في رضا الطلبة هي الأخرى معنوية وتراوحت بين (0.271 —0.219) وارتفاع قيمة (F) المحسوبة.

بلغت قيمة تأثير الجماعات المرجعية لعناصر العلامة في رضا الطلبة عليها مرتفعة حيث بلغت قيمة معاملات التحديد (0.435- 0.273) وجميعها معنوية، وارتفاع قيمة (F) الجدولية.

أخيراً تم إهمال المعرفة الضمنية من النموذج لعدم تأثيرها مجتمعة مع باقي المتغيرات (الجماعات المرجعية، الخبرة، المعرفة الصريحة، المكانة الذهنية).

**استنتاجات فرضيات الفروق**

**5- 5- 1 استنتاجات الفروق بين الخصائص الديموغرافية والمتغير المستقل (المعرفة السوقية)**

أشارت نتائج الفروق من خلال تحليل التباين إلى وجود فروق معنوية. وفروق غير معنوية، حيث لم توجد فرق معنوية بين الجنس والمعرفة الظاهرة، والخبرة، والمكانة الذهنية.

أما بالنسبة للعمر مع متغيرات المعرفة فلم توجد فروق معنوية بين الخبرة والمكانة الذهنية والعمر.

أما بالنسبة للفروق بين المستوى الدراسي والمعرفة فكانت جميعها معنوية وهذا يعني أن المستوى الدراسي يؤثر في المعرفة السوقية للطلبة وهذا ما ينسجم مع المنطق.

.كذلك كانت جميع الفروق بين العمل الذي يزاوله حالياً والمعرفة السوقية معنوية.

**5- 5- 2 استنتاجات الفروق بين الخصائص الديموغرافية والمتغير التابع ( رضا الزبون)**

كانت جميع الفروق معنوية بين الخصائص الديموغرافية ورضا الطلبة ما عدا الجنس، والمستوى الدراسي، إذ لم يوجد هناك أثر يُذكر.

**التوصيات:**

تتناول هذه الفقرة أهم التوصيات والاقتراحات التي خلص لها الباحث في نهاية دراسته وتدور حول الآتي:

تعزيز العلاقات بين شركات الاتصالات لتستفيد كل واحدة من الأخرى أي من نقاط قوة الأخرى وتجنب ضعف الأخرى، وفيما يخص إدارة المعرفة، والمعرفة التسويقية، والمعرفة السوقية للطلبة وكذلك فيما يخص ثبات العلاقة التجارية وعناصرها على الشركة وعلى الطلبة.

ضرورة أن تهتم إدارة التسويق في تلك الشركات بانتشار وحدات خاصة بالبحث والتطوير (R&D) بيوت الخبرة Experts Panel أو إدارة علاقات الزبائن (CRM) تتولى مهام التطوير على صعيد المنتج، الخدمة، الترويج وكذلك السوق وسلوك الطلبة، وتوفير المستلزمات الكافية لإجراء دراسات دورية منتظمة لقياس الجودة، العلامة، الرضا.

أن صياغة تلك الشركات استراتيجيات واضحة مكتوبة ومعلنة في أروقة الإدارات الرئيسة لتلك الشركات ومكاتبها الرئيسة للتعريف بها، من قبل الطلبة، واستقبال ردود أفعالهم والاستجابة لمقترحاتهم بما ينّمي ويطّور خدماتها التسويقية بشكل فعال.

القيام بحملات ترويحية كبيرة وواسعة بين الحين والآخر، بكل ما من شأنه يجذب الطلبة سواء في تشكيلة المنتجات، الأنشطة التسويقية، من تطوير منتج وتقديم خدمة أو توزيع والاهتمام بالبيئة، وجودة واسم العلامة والاهتمام بما تقتضيه هذه الخدمات من دعم تكنولوجيا، وتحسين الجودة وأسعار المنتج، وتمكين العاملين...، الخ.

تركيز إدارات التسويق على مفهوم رضا الطالب والقيام بدراسات مسحية واسعة منتظمة للتعرف على مستويات الرضا وعلاقة تلك المستويات من الرضا بالعلامة وعناصرها من اسم العلامة، شهرة العلامة، وجودة العلامة... الخ.

لا بد من المزيد من البحوث والدراسات في هذا الجانب، لطالما أن التسويق يشكّل دوراً كبيراً وفعّالاً في الاقتصاد والتنمية الشاملة لأي بلد، فهنا لا بد من أن تولى بحوث السوق، وبحوث التسويق، ونظم المعلومات التسويقية، ونظم المثابرات التنافسية من التفكير الجدي بدراسة معرفة المدراء التسويقيين، فضلاً عن معرفتهم بالأسواق لكي تساعدهم تلك المعرفة في النجاح المنشود من خلال البحث عن ما يبحث عنه الطالب من عناصر العلامة، تفضيلاتها وجودتها، إذ إنَّ معرفته التسويقية والسوقية تجعله يعرف كيف يختار أو يفاضل بين تلك العلامات تمهيداً لإرضائهم وإسعادهم.

ضرورة إجراء دراسات مستقبلية لهذا الموضوع لا سيما لإدارة المعرفة السوقية أو المعرفة التسويقية وعلاقتها بسلوك الطلبة الاستهلاكي وباتجاهاتهم، وبالثقافة المادية، وبالجودة ومدى تميزه للتعبئة والتغليف.

## المصادر والمراجع:

### المصادر والمراجع العربية


- البكري، ثامر وسليمان، أحمد. (2006) إدارة المعرفة التسويقية وانعكاساتها على العلاقة مع الزبون لتحقيق الميزة التنافسية، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الثاني للجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، عمان- الأردن، للفترة من 26-27 نيسان 2006، عمان- الأردن.
- الجياشي، علي عبد الرضا وجواد، عدنان كاظم، (2002)، الأهمية المدركة للمعرفة السوقية وأثرها على تحقيق الميزة للمنتج الجديد، دراسة استطلاعية لآراء عينة مم مديري قطاع السلع المعمرة في السوق الأردنية"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد4، العدد 2،ص ص 4-6،عمان- الاردن.
- الجياشي، علي عبد الرضا، والتميمي، إياد فاضل محمد، (2004)، "العوامل المؤثرة في قرار شراء الأجهزة الكهربائية المترلية المستوردة، دراسة ميدانية لآراء عينة من الأسر في مدينة عمان الكبرى"، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية المجلد 7، العدد2،ص 11 عمان، الأردن.
- الدوري، زكريا وحسين، يعرب (2006) إدارة معرفة الزبون وفق منظور متكامل بين إدارة المعرفة وإدارة علاقات الزبون، بحث مقدم في المؤتمر العلمي الثاني للجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، عمان- الأردني، للفترة من 26-27 نيسان 2006، عمان- الأردن.
- الضمور، هاني حامد، (2005)، تسويق الخدمات، دار وائل، عمان- الأردن.
- عبيدات، محمد إبراهيم (2004)، سلوك الزبون: مدخل استراتيجي، دار وائل، عمان- الأردن.
- عبيدات، محمد إبراهيم (2006)، سلوك الزبون، المركز الأكاديمي للكتب الجامعية، عمان- الأردن.

- كوتلر، التسويق- ترجمة مازن نفاع، (2003)، دار علاء الدين، دمشق- سوريا.
- نجم، نجم عبود، (2005)، ادارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، مؤسسة الوراق، عمان- الأردن.


## المراجع الأجنبية


- Anrand W.,Deuise D. Schoenbacler, Geoffrey L. Gordon and Timothy W, Aarand, 2004,"Bnilding Brand loyalty through individual stock ownership", *Journal of Product & Brand, vol. 12, No 7*,p.9..
- Alto- Setala & Raijas & (2003), "Actual Market prices and Consumer Price Knowledge", *Journal of product & Brand Management*,vol. 12,No. 3,p.12.
- Audhesh k. pasean, Nancy spears and Gopata Ganesh (2006), "The effect of Obtaining on'es preferred service brand on Customer Satifaction and Brand loyalty", *Journal of service marketin, vol. 12, No 7,pp5-7.*
- Baker: M( 2000), "Marketing Strategy And Management", 3 rd ed . Macmillan Business, London.
- Bruce, A (2001) "Customer Relationship Management Uncover Revenue from loyal Guests ",*Hotel & Motel Managemant ,vol.21 ,No.9.p.11.*
- Daft, R. L., Orgnization Theory and DeSig, 2nd Ed., West publ., San Francisoc, 2001.p.257.
- Fledman, R. et al. (2005), "Consumer Knowledge of The impact of a change in prescription Dring Benefit DeSig", *Dis Manage Health Oustomes*,vol.13 No.6. pp 413-420.
- Kok, J. & Vanzy, D. (2002). "The Relationship between Knowledge Management and Business Intelligence and customer *Relationship Management*, pp1 – 35.
- Kotler. P. et al., (2003), *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice Hall, New Jersey.
- Lan Xia (2005, "Memory Distortion & Consumer Price Knowledge", Journal of *Product & Brand Management*, 14 (5): pp338 – 347.
- Leslie de Chernatory, Francesca Dall" Olmo Riley, Modeling the components of the brand, European Jonrnal of marketing, vol 32, No 11/12
- Mattila, A & wirtz, J. (2002), "the impact of Knowledge Types on The Consumer Search Process: An Investigation in the Context of Credence Services", The International, *Journal of Service Industry Management*, 13 (3).
- Paswan, A K . Speras & N Ganesh, Goptal (2007) The effect of obtaining ones preferred service Brand on consumer Satifaction and brand Loyalty. *Journal of Services Marketing* (21) (2(. Pp. 75-87.
- Rade B, Vukmir, (2006). Customer satisfaction, *Journal of health cad quality ansurance*, vol 19 , No 1,p34.
- Schneider, H & Schneider, K (2006), "Consumer Price knowledge in Turkey – before and after the Change over of the national Currency", *Journal of product & Brand Management,* vol.,15 ,No.7,pp. 450 – 457.
- Terpstra M. et al. (2005) ,"Food Storage and Disposal Consumer practice and Knowledge", British Food Journal, vol,107 ,No.7,pp 526-533.
- Thurau, T. (2000), "Relationship Quality and Customer Reterntion thrgou Strategic Communication of Customer skills", Journal of Marketing Manegement 16 (1-3).
- Tsai, W. (2002) Social Capital Strategic Relaedness and The Fformation of Intraorganlizational Linkage" , SMG, 21 (9).
- Welbeate M & Smith, M (2002) ,"Knowledge and persuasion Applying Marketing Models to Knowledge Management As pen School of Business", University of Manitoba, Canada.

## قائمة الاستبانه

**أعزائي الطلبة المحترمين**

**تحية طيبة وبعد،،،**

يرجى التكرم بالاجابة على جميع بنود الإستبانة حول دراسة بعنوان: (**أثر المعرفة السوقية على دوافع الاستهلاك نحو عناصر العلامة التجارية للأجهزة الخلوية لدى طلبة الجامعات الأردنية: دراسة ميدانية**). وستسخدم جميع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي فقط.

**الجزء الأول: الخصائص الشخصية**: الرجاء ضع علامة (×) في الحقل المناسب بما تراه مناسبا:

**الجنس**: ذكر أنثى

**العمر**: أقل من 20 سنة 21 - 25سنة 26سنة فما فوق

**المستوى الدراسي**: أولى ثانية ثالثة

رابعة فأكثر

**الجزء الثاني: المعرفة السوقية** : يرجى الأجابة على جميع بنود الاستبانة بوضع إشارة(×) في المقياس الذي تراه مناسباص من وجهة نظرك.

| العبـــــــــــارات | موافق بشدة (5) | موافق (4) | محايد (3) | غير موافق (2) | غير موافق بشدة (1) |
|---|---|---|---|---|---|
| **أسم العلامة** | | | | | |
| 1.توجد لديك معرفة متراكمة عن أسم العلامة التجارية التي تصنعها شركات أجهزة الخلويات. | | | | | |
| 2.لديك معرفة بأماكن تواجد العلامة التجارية الخاصة بالخلويات. | | | | | |
| 3.تستطيع أن تميز العلامة التجارية للشركة المصنعة بوجود أحرف تدل عليها بوضوح. | | | | | |
| 4. يساعك أصدقاؤك لفي أختيار أسم العلامة التجارية لجهازك الخلوي. | | | | | |
| 5.أسم العلامة التجارية للأجهزة الخلوية لدى الشركات المصنعة سهلة التذكر. | | | | | |
| 6.تقوم الشركة في إعلاناتها بتعريف المستهلكين بأسم العلامة التجارية لمنتوجاتها. | | | | | |
| 7. يساعد الشكل الذي تتخذه الشركة لعلامتها التجارية على تمييز هويتها بين الشركات الأخرى. | | | | | |
| 8.لديك محصلة معلومات جيدة عن أسم العلامة التجارية لشركة الخلويات. | | | | | |
| 9.غالبا ما تأخذ برأي الأقارب والجيران عند شراء جهازك الخلوي. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 10.من خلال ما شاهدته والتأكد من الآخرين بأن أسم علامة جهازك الخلوي هي الأفضل مقارنة بغيرها. | | | | | |
| | 11. لديك محصلة معلومات جيدة عن العلامة التجارية لشركة الخلويات. | | | | | |
| **شعار العلامة** | | | | | | |
| | 12.تتذكر جيدا الإعلانات الخاصة بشركتك فيما يتعلق بالعلامة التجارية. | | | | | |
| | 13.ترسخ في ذاكرتك شكل العلامة للشركة التي تتعامل معها، مما يشكل لديك ولاء لها. | | | | | |
| | 14.تستطيع أن تميز بدرجة عالية شعار العلامة عن الشركات الأخرى. | | | | | |
| | 15.لديك استدلال وحكم شخصي على الاقتناع بشكل العلامة التجارية. | | | | | |
| | 16.لا تستغني عن شعار علامة جهازك الخلوي الذي تقدمه الشركة المعنية. | | | | | |
| | 17.يقترن حرف / رمز العلامة بمن أرشدك عليها. | | | | | |
| | 18.من خلال متابعتك لإعلانات كثيرة ومتكررة عن ما تقدمه الشركة يجعلك مقتنع بها. | | | | | |
| | 19.الألوان واللغات والرموز التي تتوفر في الأجهزة جعلك متحفز لاقتنائها. | | | | | |
| | 20.لديك معلومات إيجابية عن العلامة التجارية للشركة التي تعمل بها. | | | | | |
| **مكانة العلامة** | | | | | | |
| | 21.تعتقد بأن الألوان التي تتخذها الشركة المصنعة التي تتعامل معها على معرفة هوية خدماتها. | | | | | |
| | 22.غالبا ما تستخدم الشركة التي تتعامل معها أشخاصاً معروفين ومشهورين للإعلان عن خدماتها. | | | | | |
| | 23.لديك اتجاهات إيجابية عن العلامة التجارية للشركة أو الوكيل. | | | | | |
| | 24.لديك صورة ذهنية للشركة التي تتعامل معها من خلال أحرف تدل عليها. | | | | | |
| | 25.تستخدم الشركة وسائل إعلانية كثيرة لترسيخ علامتها في ذهن الزبون المستهدف. | | | | | |
| | 26.لديك صورة ذهنية جيدة عن الخدمات المقدمة بأنها لا تتعطل بسرعة. | | | | | |
| | 27.تترسخ لديك المكانة الذهنية ولا تتغير بسهولة عن مكانة العلامة. | | | | | |
| | 28.تعززت لديك المكانة الذهنية لهذه العلامات من خلال الترويج لها. | | | | | |
| | 29.تحمل صورة جيدة عن الخدمات التي تقدمها الشركة التي تتعامل معها. | | | | | |
| **جودة العلامة** | | | | | | |
| | 30.لديك معرفة بالضمان لفترة قادمة مؤكدة من قبل الشركة المصنعة (الوكيل). | | | | | |
| | 31.تمتاز خدمات الشركة التصميمية للأجهزة بدقة عالية. | | | | | |
| | 32.تتمتع الخدمات التي تقدمها الشركة بسهولة الاستخدام. | | | | | |
| | 33.تقوم الشركة التي تتعامل معها بضمان الخدمات التي تبيعها. | | | | | |
| | 34.الخدمات التي تقدمها الشركة متميزة في السوق. | | | | | |
| | 35.تحكم على الخدمات المقدمة من قبل الشركة بأنها ذات دقة عالية. | | | | | |
| | 36.أنت مقتنع بجودة الخدمات التي يوفرها الجهاز الخلوي الذي تقتنيه. | | | | | |
| | 37.تحكم على الخدمات التي تقدمها الشركة بتميزها في الأسواق. | | | | | |
| | 38.أن الشركة التي تتعامل معها تحمل صفة العراقة بالعلامة التجارية عراقة العلامة التجارية. | | | | | |
| | 39.أنت على قناعة بجودة الخدمات بفعل خبرتك العملية. | | | | | |
| | 40.للشركة المنتجة عدة بدائل نحو تطوير الخدمات المقدمة كل فترة بعد أخرى. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 41. تمنح الشركة ضمان عند تقديم الخدمة لمدة أكثر من سنة. | | | | | |
| **شهرة العلامة** | | | | | | |
| | 42.لديك حدس بأن الخلويات ذات العلامات المشهورة فائقة الجودة . | | | | | |
| | 43.تستطيع أن تميز بدرجة عالية العلامات المشهورة عن غيرها في الأسواق. | | | | | |
| | 44.لا تحتاج الخلويات ذات العلامة المشهورة لتفكير مسبق بها. | | | | | |
| | 45.للشركة التي تتعامل معها ألوان خاصة تتميز بها عن غيرها من العلامات التجارية في الأسواق | | | | | |
| | 46.ما تستخدمه الشركة في إعلاناتها مميز وعالٍ جداً مقارنة بغيرها من العلامات المماثلة. | | | | | |
| | 47.تستطيع تمييز العلامات المشهورة عن غيرها بفعل درجة تعلمك ومعرفتك بها. | | | | | |
| | 48.لديك معرفة مسبقة بنوعية ووضوح الإعلانات للأجهزة الخلوية المشهورة. | | | | | |
| | **49. تحظى العلامة التجارية للشركة بشهرة مما يجعلك تتعامل مع أفضل وأشهر الشركات العاملة في الأردن.** | | | | | |

**الجزء الثالث: رضا الطلبة :**

| | العبـــــــــــــارات | موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **الرضـــــــــا** | | | | | | |
| | 50.تحقق خدمات الشركة التي تتعامل معها جودة ترضي حاجات الطلبة. | | | | | |
| | 51.أن وقت تسليم الخدمة من قبل الشركة التي تتعامل معها يعد مقبولا. | | | | | |
| | 52.لا يحتاج الحصول على الخدمة المقدمة من الشركة التي تتعامل معها بذل جهود كبيرة. | | | | | |
| | 53.تمتاز الخدمة المقدمة من الشركة التي تتعامل معها بجودة عالية. | | | | | |
| | 54.يوجد تعاون كبير في تقديم الخدمات من قبل الموظفين في الشركة عندما تتعامل مع (صيانة، عروض، استفسارات). | | | | | |
| | 55.تتمتع الشركة التي تتعامل معها بعلاقات طيبة مع الجمهور. | | | | | |
| | 56.تلبي خدمات الشركات التي تتعامل معها توقعات وثقة عملائها. | | | | | |
| | 57.أنت راضٍ ومقتنع عن العلامة التجارية التي تقتنيها والتي تقدمها شركة الخلويات. | | | | | |
| | 58.تجد سهولة في استبدال العلامة التجارية التي تقدمها شركة الأجهزة الخلوية بعلامة تجارية أخرى. | | | | | |
| | **الرضا الكلي: أنت راض عن عناصر علامة جهازك الخلوي الذي تستخدمه.** | | | | | |

# The Effect of Market Knowledge and Consumptional Motives of Jordanian Universities Students Towards Mobile Phones Brands Elements : Field Study.


## Abstract:

The study examined the effect of market knowledge and Consumptional Motives of Jordanian Universities students towards mobile phones brand element "independent variable" represented by "brand name, , trade mark, trade mark quality, trade mark positioning, and trade mark popularity, of mobile phones among universities students in the north province and their satisfaction "dependent variable" To achieve the study purpose, the researcher collected data using a questionnaire developed through reviewing the related literature.

The study was conducted on a large sample of university students having the necessary knowledge of modern mobile phones available in the Jordanian market.

A random sample consisting of (2000) Jordanian Universities Students "male, female" using one or more mobile phones. Several statistical procedures were used such as "Pearson, stepwise regression analysis, MANOVA's and Scheffé rest for post hoc comparisons".

# تطور النظم المحاسبية وأنواعها في الدولة الإسلامية

عبد الكريم منصور بن عوف
أستاذ مساعد، جامعة معسكر
am_benaouf@laposte.net

## الملخص::

إنَّ الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو فحص وتقييم نقدي للمفاهيم وقواعد المحاسبة ونظامها الذي كان سائدا قبل القرن الثامن الهجري، الرابع عشر الميلادي، أي في عز أوج وازدهار الدولة الإسلامية، وذلك من خلال بعض الآثار المحاسبية الموثقة، و منها كتاب مفاتيح العلوم لأحمد بن محمد الخوارزمي [26]، ونهاية الأرب في فنون الأدب لشمس الدين النويري [27]، والرسالة الفلكية كتاب السياقات لعبد الله بن محمد المازندراني [28].

### الكلمات المفتاحية:

المحاسبة، الدولة الإسلامية، مفاتيح العلوم، نهاية الأرب، الرسالة الفلكية.

## مقدمة::

بدأ تطور النظم المحاسبية منذ قيام الدولة الإسلامية عام 622م [29]، ويعود ذلك إلى عملية تنظيم جباية الأموال من مصادرها المختلفة، ومن ثم تصريفها في مصاريفها المختلفة والرقابة على ذلك.

كانت التنظيمات الإدارية في يثرب المدينة المنورة، العاصمة الإسلامية والدولة الناشئة، بسيطة ومواردها المالية تقتصر على الغنائم، إذ لم تكن الزكاة ولا الجزية قد شرعت بعد. فقد كان الرسول صلى الله عليه وسلم يشرف على إدارة هذه الغنائم وتنظيمها وتقسيمها بين المسلمين في يومها أو في اليوم التالي لقلتها ولعدم وجود هيئة بيت المال لحفظها. وعندما توسعت الدولة الإسلامية كان صلى الله عليه وسلم يبعث عماله إلى مختلف الجهات لجمع الزكاة والجزية.

---

[26] – الخوارزمي أبو عبد الله محمد بن أحمد بن يوسف الكاتب البلخي ، المتوفى عام 378هـ

[27] – شهاب الدين أحمد بن عبد الوهاب النويري المتوفى سنة 732 هـ

[28] – عبد الله بن محمد بن كيا المازندراني المتوفى سنة 765 هـ

[29] – تاريخ هجرة الرسول محمد ابن عبد الله، صلى الله عليه وسلم

ولعدم تغير ظروف الدولة الإسلامية خلال حكم الخليفة أبو بكر الصديق[30]، بقي تقريبا نفس النظام. أمّا في زمن الخليفة عمر بن الخطاب[31]، ومع زيادة الفتوحات الإسلامية، فقد اتسعت رقعة الدولة ليزيد عدد سكانها وتعددت الأجناس والديانات، الأمر الذي أدى إلى زيادة الأموال التي كانت ترد من مختلف الأقاليم. فكانت هناك ضرورة لتأسيس تنظيمات إدارية لازمة للإشراف على أحوال وأموال المسلمين في شتى أنحاء الدولة الإسلامية، ونشأت الحاجة إلى تدوين بيت المال بغرض حفظ وصيانة الأموال والتصرف فيها طبقا لمصارفها المختلفة وإثبات حقوق المسلمين فيها.

فنشأ ديوان الخراج لمعرفة ما يرد إلى بيت المال وما يفرض لكل مسلم من العطاء، وديوان العطاء للمقاتلة (الجنود). وكان لكل ديوان فروع في كل إقليم أو ولاية. وسار الخليفتان عثمان بن عفان[32] وعلي بن أبي طالب[33] على نفس المسار بعد ذلك.

وفي عهد الخليفة عبد الملك بن مروان، خلال حكم الأمويين[34]، تم تعريب الدواوين كلها، مركزية وإقليمية، حيث كانت تكتب بلغات الأقاليم، كالفارسية في العراق وسائر بلاد فارس، واللاتينية في شمال بلاد الشام. وكان الغرض من ذلك ضبط تلك الدواوين والإشراف عليها بدقة لمنع الغش والتدليس والتزوير.

وفي عصر الدولة العباسية[35] قام الخليفة أبو جعفر المنصور بنقل بيت المال والدواوين من الكوفة إلى بغداد. وفي عهد الخليفة المهدي، العباسي، تم إنشاء ديوان الأزمة (الزمام) بهدف الرقابة على جميع دواوين الدولة ومراجعة وتدقيق حسابات دواوين الولايات.

لقد كان جوهر النظام المحاسبي لمختلف الدواوين هو تنظيم إجراءات قياس الأموال والرقابة على كيفية تحصيلها وصرفها، وكان يتم ذلك من خلال عملية مسك جرائد ودفاتر خاصة والقيد فيها بطريقة منظمة ومبوبة وموثقة. ولقد ظهرت معالم النظام المحاسبي بالممارسة العملية وبمختلف ما احتوت، في بعض فصولها، في جواهر الكتب والمؤلفات العلمية المختلفة، وخاصة مؤلفات العلوم الشرعية، كالفقه والحديث والتفسير وغيرها.

ومع اتساع رقعة الدولة الإسلامية، من الشرق الأدنى إلى المغرب الأقصى والجزء الجنوبي من أوربا، زادت الحاجة إلى التوضيح وشرح عمل الدواوين ومسك الدفاتر في مؤلفات عديدة، منها ما بقي ومنها ما اندثر مع الزمن.

ومن الآثار، التي قاومت كل الظروف ووصلت إلينا سالمة كاملة، وخصصت جانبا مهما للنظام المحاسبي ومسك الدفاتر خاصة منها الحكومية:

---

[30] – تاريخ خلافة أبو بكر الصديق ( ض )، 10- 13هـ، 632- 634 م

[31] – تاريخ خلافة عمر بن الخطاب ( ض )، 13- 23هـ، 634- 644م

[32] – تاريخ خلافة عثمان بن عفان ( ض )، 23- 35 هـ، 644- 656م

[33] – تاريخ خلافة علي بن أبي طالب ( ض )، 35-40 هـ، 656-661م

[34] – عهد الخلافة الأموية: 51-132 هـ،661- 750م

[35] – عهد الخلافة الأموية: 132- 750هـ ، 656- 1258م

1- مفاتيح العلوم للخوارزمي، المؤلف في نهاية القرن الرابع الهجري، العاشر الميلادي، الذي تعرض، في إحدى فصوله، لآلية عمل المصطلحات الإدارية والتجارية والمحاسبية وإلى أسماء الدفاتر والأعمال المستعملة في الدواوين خلال القرن الرابع الهجري وقبله بالشرح والتوضيح، فكان دور هذا البحث بيانا للتطبيقات العملية للمصطلحات الدالة على المهام الإدارية والمالية في دواوين الدولة العربية الإسلامية.

2- نهاية الأرب في فنون الأدب للنويري، المؤلف في النصف الأول من القرن الثامن الهجري، الرابع عشر الميلادي، في عهد دولة المماليك[36] ، والذي بين بإسهاب في جزئه الثامن شرحا وافيا للديوان والتصرف والحساب وأنواع الكتابات وما يحتاج إليه الكتاب والمباشرون (المحاسبون) لضبط المداخيل والمصاريف وأنواعها وتقدير الميزانيات، كما شرح بالتفصيل أوضاع الحساب وما يسلكه المباشر ويعتمده وذكر ما ينتج عن التعليق من الحسابات وغيرها من المواضيع والمصطلحات ذات الصلة بالنظام المحاسبي كالأصول والخصوم وقائمة الجريدة وضبط المياومة (اليومية).

3- الرسالة الفلكية كتاب السياقات للمازندراني، المؤلف في النصف الثاني من القرن الثامن الهجري، الرابع عشر الميلادي. تعرض هذا الكتاب للنظم المحاسبية وإجراءات القيد الخاصة بكل طريقة محاسبية، وأنواع الدفاتر المحاسبية الواجب استخدامها لإثبات المعاملات المالية وكيفية معالجة العجز والفائض وغيرها من التسويات التي كان تمارس في إيران والشرق الأدنى.

## أولا: كتاب مفاتيح العلوم للخوارزمي[37]

بغية فهم ماهية وظائف ودلالات المصطلحات الخاصة بمسك السجلات وبالوظائف المناطة في مجالس دواوين الدولة وبالمصطلحات الدالة على بعض الأعمال ذات العلاقة بالأمور الإدارية والمالية والاقتصادية سنحاول بدء تناول أبرز السجلات المستخدمة في دواوين الخراج والضياع والنفقات والجيش.

عرف كتاب مفاتيح العلوم أهم مصطلحات العلوم في عصره بصفة نظرية وبطريقة مختصرة، وهو مقسم إلى قسمين الأول في العلوم العربية والشريعة والفقه والكلام والعروض والتاريخ، أما الثاني فكان في الفلسفة والمنطق والطب والحساب والهندسة والفلك والموسيقى والحيل والميكانيكا والكيمياء[38] .

في الفصول الخاصة بالحساب، تعرض الخوارزمي إلى مواصفات أسماء الدفاتر والأعمال المستعملة في الدواوين خلال القرن الرابع الهجري بالشرح والتوضيح، فكان هذا البحث بيانا للتطبيقات العملية والمصطلحات الدالة على المهام الإدارية والمالية في دواوين الدولة العربية الإسلامية.

[36] – عهد دولة المماليك: 648- 922 هـ ، 1250- 1517م

[37] – الخوارزمي، مفاتيح العلوم، إدارة الطباعة المنيرية، القاهرة، 1966

[38] – أنظر إلى الملحق في آخر البحث

وبذلك كان الكتاب غني بالعديد من المصطلحات الإدارية والمالية مثل ديوان البريد والخراج والماء والخزان والجيش والرسائل، وديوان الضياع والنفقات. حيث تعرض الخوارزمي إلى هذه المصطلحات بالشرح والتوضيح الميسر بغية فهم ماهية وظائفها ودلالاتها.

1- أهم السجلات المستخدمة في دواوين الخراج والضياع والنفقات والجيش:

فعن مواصفات ديوان الخراج عرف قانون الخراج بأنه الأصل الذي تبنى عليه الجباية. ومن أبرز السجلات:

- سجل الأوارج، ومعناه المنقول لأنه ينقل إليه من القانون ما على الإنسان للإنسان ويثبت فيه ما يؤديه دفعة بعد أخرى إلى أن يستوفى ما عليه. ويرى الخوارزمي بأن التاريخ تفعيل من الأوارج لأنه يعمل للعقد شبيها بالأوارج فيثبت تحت كل اسم من دفعات القبض يكون مصفوفا ليسهل عقده بالحساب. فحينما تسلم المبالغ الضريبية لا يتم ذلك بدفعة واحدة بل على شكل دفعات. أمَّا الجهبذ أو الخازن العامل في ديوان الخراج فهو المسؤول عن الجباية المالية ويمسك سجل التاريخ فيدون فيه أسماء دافعي الضرائب ومقدار المال المدفوع له نقدا ويثبت تحت كل اسم عدد الدفعات المطلوبة منه ومقدارها مرتبا ذلك حسب المناطق والعناوين، تسهيلا لتنظيم الحسابات وتدقيقها.

- سجل العريضة: كان من مهام الجهابذة، كذلك، مسك سجل آخر لإيراد البيانات الخاصة بالأصل والاستخراج تعرف بالعريضة. وقد أشار الخوارزمي إلى كيفية تنظيمها والتنسيق الجاري بين أبوابها الثلاث. فالباب الأولى للأصل وهي كمية الأموال الواجب الحصول عليها، والثانية للاستخراج يبين فيها مقدار المال المدفوع للجهبذ نفسه، أما الباب الثالث فيخصص «لفضل ما بينهما» أي المبالغ المتبقية من أصل مقدار الضرائب المستحقة التي بذمة أصحاب الأراضي. كما تتضمن العريضة تفصيلات تبين عرضا للأراضي المشمولة بالضريبة في كل منطقة يدون فيه البيانات الخاصة بالأصل والاستخراج ثم الباقي. وبالمقابل ما يجبيه الجهبذ كان عليه أن يقدم البراءة لدافعي الضرائب، وهي الحجج والمستند المبين فيها صحة دفع وتسلم ما هو مدون فيها، فتدرج فيها اسم الشخص الدافع للجباية ومقدار المال المدفوع والتاريخ الكامل باليوم والشهر والسنة [39]. ومن جهته كذلك، يحصل الجهبذ على براءة خاصة بتحويل المدفوعات إلى بيت المال تؤيد صحة تسليم ما بذمته من هذه الأموال.

ولمراقبة استلام المبالغ والبراءات التي تمنح لدافعيها من قبل الجهبذ كان أهل الخراج في كل منطقة يختارون كاتبا يكون مشرفا وناظرا على الجهبذ، يسمى هذا الكاتب الروزنامجة. مهمة هذا الكاتب هو جمع البراءات التي تسلم إلى دافع الخراج وإثبات تفصيلاتها بحيث تكون موافقة في جملتها للختمات ( التقارير بمجاميعها) التي يرفعها الجهبذ إلى الديوان المركزي.

- الروزنامجا: ولكي يتم ضبط الكشوفات الحسابية التي يرفعها الجهابذة في الدواوين المالية كان عليهم أن يُعدوا تقارير مالية تفصيلية تتفاوت ما بين يومية وشهرية وسنوية. فالروزنامجا يمثل حساب يومي إجمالي، ولذلك ترجمه الخوارزمي بأنه كتاب اليوم لأنه يكتب فيه ما يجري كل يوم من الخراج أو نفقة- أن كانت من صلاحياته- أو غير ذلك.

---

[39]- David-weill Jean, Papyrus Du louvre 11, J.E.S.H.O. Vol IV, part I, 1971, P.12-13.

أوردت أوراق البردي العربية صيغة لبراءة خراج يعود تاريخها إلى عام 156هـ - 772م

- الختمة: الختمة الشهرية هي كتاب يرفعه الجهبذ في كل شهر بالاستخراج والجمل والنفقات والحاصل كأنه يختم الشهر به. أمَّا الختمة الجامعة فهي كشف وخلاصة الحسابات الشهرية التي تبين أصل جملة الأموال التي تم تحصيلها وما تم صرفه منها في كل شهر ثم يلحق به كشف آخر يبين فيه بالتفصيل مجموع المبالغ المستخرجة أي ما تم تحصيله من الضرائب المجموعة والمدفوعة سنويا، التي تمثل مجمل النفقات للمنطقة المسؤول عنها الجهبذ، على أن يكون ذلك مطابقا للتقارير اليومية والشهرية.

وكما كانت هناك ختمات عامة فقد وجدت ختمات خاصة يتم التسجيل فيها بيانات لفصول المبالغ المنفقة على المهمات التي تدخل ضمن اختصاصات مجالسهم، وعلى هذا اختلفت وجوه النفقات الواردة في هذه الختمات بحسب المجالس التي أصدرتها، فهنالك الختمات الخاصة بالمبالغ المصروفة على أعمال الإعمار يعدها جهابذة مجلس البناء والمرمة، والختمات الأخرى التي تبين المبالغ المصروفة بشكل رواتب توزع على مستحقيها في الأوقات المقررة لها والتي كان يعدها جهابذة مجلس الجاري. وهكذا كان لكل مجلس ختمة تصدر عنه تتفق ومهامه، كديوان الجيش والجند ومختلف الدواوين الأخرى.[40]

أما ديوان الجهبذة فكان عليه أن يرفع إلى بيت المال بيانات شهرية وأخرى سنوية يفصل فيها مجمل حساباته في الفترة الزمنية المقررة هذه عن الإيرادات والمصروفات ضمن المبالغ الخاصة بديوانه[41]. ومن بين التطورات التي حصلت في وظيفة هذا الديوان أن عهد إليه تدقيق أعمال صاحب بيت المال وبالتالي عرضها على الوزير مباشرة[42].

ومن جهتها فإنَّ الختمات التي تعد من قبل الجهابذة كانت معرضة هي كذلك للتدقيق والتفتيش منها ما يقوم به بيت المال من مقابلة ختمات الجهابذة العاملين به بكل الختمات المرفوعة إليه من الدواوين الأخرى، حيث يجب أن تتطابق الحسابات الواردة في ختمات بيت المال بكل من ختمات أصول الأموال المرفوعة إليه من الدواوين المعنية بأمر استحصال الإيرادات، والختمات الأخرى الخاصة بوجوه الصرف التي رفعها ديوان النفقات[43].

2- المصطلحات والحسابات الواردة عند الخوارزمي والتي تخص أعمال ديوان الخراج:

- الموافقة والجماعة: وهي حساب جامع يرفعه العامل عند فراغه من العمل ولا يسمى موافقة ما لم يرفع باتفاق بين الرافع والمرفوع إليه، فإن انفرد به أحدهما دون أن يوافق الآخر على تفصيلاته سمي محاسبة[44].

- العبرة: مصطلح يستخدم من طرف مصالح ديوان الخراج وقد عرفها الخوارزمي بأنها معدل وسط سائر الارتفاعات لسنوات عديدة ولمنطقة معينة[45].

- الارتفاع: هو العمل الجامع الشامل لمنطقة ما خ لال سنة كاملة، يثبت فيه واردات كل ناحية مع ذكر صفة المال ومقداره[46]. وكانت حسابات إرتفاع الاقاليم ترفع جميعها إلى ديوان الخراج لغرض تدقيقها والتأكد من صحتها.

---

[40] – قدامه بن جعفر، الخراج وصناعة الكتابة، شرح وتعليق محمد حسين الزبيدي، دار الحرية للطباعة بغداد،1981، ص 33-35

[41] – الدوري عبدالعزيز، النظم الإسلامية، بغداد، العراق، 1950، ص 205

[42] – مسكويه احمد بن محمد ، تجارب الامم وتعاقب الهمم، تحقيق هـــ.ف. أموروز، ج1، ص152، القاهرة، 1914

[43] – قدامة بن جعفر، مرجع سابق، ص 36

[44] – الخوارزمي، مرجع سابق، ص 38

[45] – نفس المرجع، ص40.

- الطعمة والقطيعة: وهي أن تعطى الأرض إلى رجل ليعمرها ويؤدي عشرها وتكون له مدة حياته فإذا مات ارتجعت من ورثته، وتناسب في عصرنا الحاضر بحق الانتفاع الحدود الزمن. أمَّا القطيعة فيتنازل له بيت المال عنها فتكون لورثته من بعده.

- الطسق: فيعني الضريبة التي تفرض على أصناف الزروع لكل جريب، وهو مصطلح أعجمي ويعني الأجرة، أي خراج الجريب[47] الواحد. لذا يتطلب الأمر هنا أن يعرف الجهبذ في ديوان الخراج مساحة كل أرض ومقدار المال المقرر على طسق الجريب فيها. مثال ذلك قطعة أرض قدرت مساحتها 50 جريبا من طرف المساح المعتمد من طرف الديوان، وطسق الجريب 14 درهما، فتصبح الضريبة الواجب دفعها هي 700 درهما. إن هذه المعلومات التي تشير إلى مساحة كل أرض مشمولة بالضريبة، كانت تقدم من قبل المساحين إلى الديوان، الذي يرفعه بدوره إلى الجهبذ بموجب جرائد [48] خاصة أعدت لهذا الغرض.

ولكي يضبط بيت المال المصروفات المالية يقوم مباشر بيت المال بتنظيم جريدة على ما يصل إليه من الاستدعاءات والوصولات من الجهات المختلفة وأسماء أرباب الاستحقاقات والرواتب والصلات وما هو مقرر لكل منهم في كل شهر بموجب تواقيعهم [49].

- المؤامرة: هي تقرير يعده عامل الخراج، وهو عمل تجمع فيه الأوامر الخارجة ويوقع السلطان في آخره بإجازة ذلك وقد تعمل المؤامرة في كل ديوان [50]. وتعمل الإجراءات الجارية في عمل المؤامرة للعمال بالشكل الذي يحقق استيفاء حقوق الدولة من جهة ولتزويد العامل بالبراءة التي تثبت دقة عمله ثانيا، ومن ثم للكشف عما يقوم به بعض العمال من احتجاب الأموال وأخذ المرافق من أصحاب الضياع [51]. وعادة تقترن الجماعة مع المؤامرة لأنَّ الأخيرة لا يمكن أن تتم إلاَّ بالاطلاع على حساب الجماعة المرفوع إلى الديوان، وأنَّ قرار المؤامرة وإستئمار العمال يجري بأمر من الوزير وبحضور عدد من الكتاب المختصين بالأمور الحسابية في دواوين الدولة[52].

- الإيغار والتسويغ: وهو الحماية، وذلك أن تحمى الضيعة أو القرية فلا يدخلها عامل، ويوضع عليها شيء يؤدى في السنة لبيت المال في الحضرة أو في بعض النواحي [53]. والتسويغ هو أن يسوغ الرجل شيئا من خراجه في السنة [54]. ويمنح الإيغار من قبل السلطان، عادة للمقربين وأصحاب النفوذ، مقابل مبلغ من المال يؤديه صاحب الأرض المملوكة إلى بيت المال في كل سنة كضمان له مقابل أن يعفى صاحبها من الضريبية.

---

[46] – النويري شهاب الدين، نهاية الأرب في فنون الأدب، تحقيق مفيد قمحية وجماعة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 2004م، ج8، ص 285-288

[47] – الجريب يساوي 1592م2

[48] – الجريدة: قائمة تنظم فيها أسماء أصحاب الاستحقاقات مع مقدار المال المقرر لهم في كل شهر.

[49] – القلقشندي أحمد بن علي ، صبح الاعشى في صناعة الانشا، المطبعة الاميرية، ج4، ص31، بدون تاريخ

[50] – .الخوارزمي، مرجع سابق، ص38 .

[51] - الصابي الهلال بن المحسن ، تحفة الأمراء في تاريخ الوزراء، تحقيق عبد الستار احمد فراج، دار احياء الكتب العربية، القاهرة، 1958،ص187ـــ188

[52] – نفس المرجع

[53] – الخوارزمي، مرجع سابق، ص40

[54] – نفس المرجع

- الإلجاء: ويقصد به بأن يلجئ الضعيف ضيعة إلى قوي ليحامي عليها [55]. كانت هذه الظاهرة شائعة لتجاوز أصحاب الإقطاعات على غيرهم من الملاكين الصغار الذين أجبروا على ترك أراضيهم وأعطوا حق التصرف بها إلى هؤلاء المقطعين من الأمراء أو المتنفذين لحمايتهم من عسف العمال وضغط الجباة، وتسجل تلك الأراضي بأسمائهم في الديوان مقابل دفع جزء من الحاصل إلى الحامي [56]. وكان سبب الإلجاء الأساسي هو للتخفيف من الضرائب المفروضة عليهم وخاصة عند انتشار الظلم والتسلط من قبل السلطة الحاكمة وحاشيتها، في مراحل تاريخية عديدة.

- النفقات الراتبة والعارضة: النفقات الراتبة هي النفقات الثابتة التي لابد منها كأجور الجند ورواتب باقي موظفي الدولة. أما النفقات العارضة أو الحادثة فهي التي تحدث في بعض الأحيان، وتتمثل بالإنفاق على الأمور الطارئة كالهبات والصلات أو الجوائز.

- مال الجوالي: الجوالي جمع جالية وهم الذين جلوا عن أوطانهم ويسمى في بعض البلدان مال الجماجم وهي جمع جمجمة أي الرأس [57]. ومال الجوالي ضريبة يدفعها أهل الذمة الذين جلوا عن أوطانهم، ثم أصبحت فيما بعد مرادفة لكلمة الجزية التي تجبي عادة في الشهر الأول من السنة الهجرية.

- المكس: جمعها مكوس وهي ضريبة تؤخذ من التجار والسفن التجارية في المراصد البحرية وضفاف الأنهار كدجلة والفرات. وكان يعترض في هذه المواضع على ما يجهز إلى البحر ويرد منه، وتؤخذ الضرائب المسرفة عنه [58].

و قد أنشئت دور خاصة للمكوس في أماكن مختلفة خاصة على ضفاف الأنهار، وكان يمد حبل أو سلسة بين الضفتين عبر النهر يمنع مرور السفن التجارية قبل أن تجبى الضريبة التي تدعى بالمأصر [59].

- الحوالة: الحوالة لم ترد ذكرها في مفاتيح العلوم للخوارزمي لكن تمت الإشارة إليها من خلال السياق. وهي من الوثائق المالية المستعملة في المعاملات خاصة بنقل الدين من ذمة إلى أخرى [60].

- الصك: عرف استخدام الصكوك رسميا منذ نشوء الدولة الإسلامية واستمر تحرير الصكوك في الدولة على مر العصور. فكان الخليفة عمر بن الخطاب أول من حرر صكوك الأرزاق. فحينما قدمت السفن من مصر محملة بالطعام، قرر الخليفة توزيعها على المسلمين وأمر بأن يكتب الناس على منازلهم ويكتب لهم صكاكا من قراطيس يختم في أسافلها فكان أول من صك وختم أسفل الصكاك [61]. وقد عرف النووي الصك في شرحه لصحيح مسلم بأنه الورقة المكتوبة بدين [62]. أما الخوارزمي فعرفه بالعمل الذي يعمل لكل طمع يجمع فيه

---

[55] – نفس المرجع، ص41

[56] – مسكوية، مرجع سابق، ج2، ص 97

[57] - الخوارزمي، مرجع سابق، ص 41

[58] – الصابي، مرجع سابق، ص310

[59] – إبن رستة احمد بن عمر ، الأعلاق النفيسة، تحقيق دي غويه، لندن، 1891، ص185

[60] – السرخسي محمد بن أبي السهل ، المبسوط، مطبعة السعادة، القاهرة، 1948 ج19، ص161

[61] – ابن عبد ربه أبو عمر أحمد بن محمد الأندلسي، العقد الفريد، تحقيق أحمد أمين وآخرون، دار الأندلس، القاهرة، 1996، ج1، ص 31

[62] – صحيح مسلم بشرح الإمام ، مكتبة الغزالي، مصر، ج10، ص171

أسامي المستحقين وعدتهم ومبلغ مالهم ويوقع السلطان في آخره بإطلاق الرزق لهم [63]. وقد كان عطاء الجيش ومبالغ للنفقات العامة يصرف بواسطة صكوك تحرر لهذا الغرض وفق قوائم تدرج فيما أسماء المستحقين.

وفي في العصر العباسي كان التعامل في العمليات المصرفية بالصكوك أمرا مألوفا حيث كان يتم إيداع الأموال وسحبها بواسطة صكوك تنظم لهذا الغرض [64].

وكانت الختمات التي يرفعها بيت المال إلى مجلس بيت المال في ديوان النفقات يتم مقابلتها بالصكوك والأوامر الصادرة إليه من هذه الجهات بخصوص إطلاقات الصرف المختلفة، وفي هذه الحالة يجب أن تتطابق الحسابات الخاصة بالنفقات في الختمات المرفوعة مع مبالغ الصكوك وإطلاقات الصرف [65].

- السفتجة: وهي من الوثائق التجارية التي كانت تنظم لتسهيل وتسوية المعاملات النقدية. فهي كتاب صاحب المال لوكيله أن يدفع مالا قراضا يأمن به من خطر الطريق [66]. وقد كانت السفتجة- الكمبيالة- رائجة الاستعمال في مجالات مختلفة، رسمية وتجارية وغيرها. ففي المجال الرسمي كانت الدولة تتعامل بالسفاتج إذ يتم بواسطتها تسلم الإيرادات من الولايات منذ أيام الخلافة الأموية [67]. أما في المجال التجاري فقد استخدمت السفاتج كوسائل دفع مأمونة بعيدة عن المخاطر. فقد كان من الممكن لمن يحمل سندا محررا في بلد ما أن يقبض قيمته في مدينة أخرى من قطر آخر.

وكانت للمصارف الخاصة دور متميز في تنظيم وصرف السفاتج. فقد كان مصرف الزبير يتسلم المبالغ النقدية من التجار في مكة، ومن ثم يكتب سفاتج تحال إلى فروعه الكائنة في كل من البصرة والكوفة [68].

- الإثبات: ويعني أن يثبت اسم الرجل في الجريدة السوداء من ديوان الجيش. والإثبات سجل خاص بأسماء الجند وأوصافهم وأنسابهم وأجناسهم ومقدار عطاء كل منهم وموعد استحقاقه [69]. أما تحديد رواتب الجند وأوقات عطائهم وتقدير أرزاقهم. فكان من مهام مجلس التقدير في الديوان، فضلا عن إحصاء النفقات الأخرى التي يجري صرفها على الجيش من تلميظ وسلف وزيادة[70]، كما كان يقوم بعمل المقاصة [71]. أما مجلس المقابلة فكان يقوم بمراقبة كفاءة الجند بعد أثباتهم في الجريدة السوداء، ويتصفح سجلاتهم ومنازل أرزاقهم، وما يتعلق بكل منهم من تحويل أو وضع أو نقل أو فك أو ساقط أو مخل[72].

---

[63] – الخوارزمي، مرجع سابق، ص 38

[64] – الهمداني محمد بن عبد الملك ، تكملة تاريخ الطبري، تحقيق محمد أبو الفضل إبراهيم، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، بدون تاريخ، ص412.

[65] – قدامة، مرجع سابق، ص36.

[66] – الصابي، مرجع سابق، ص98.

[67] – نفس المرجع

[68] – السرخسي، ج14، ص37.

[69] – الخوارزمي، مرجع سابق، ص38 - 43

[70] – الرزق: إقامة الطمع، وهو وضع العطاء، أي الابتداء فيه. والتلميظ: أن يطلق لطائفة من المرتزقين بعض أرزاقهم قبل أن يستحقوا. والسلف: أن يطلق لهم أرزاقهم كلها قبل أن يستحقوها. والزيادة: أن يزاد للرجل في جاريه شيء معلوم. والمقاصة: أن يحبس من القابض لماله ما كان تلمظه واستلفه من رزقه بحق بيت المال

[71] – نفس المرجع، ص 42- 43

[72] -وهي عبارة عن الوضعية المهنية للجند

وقد كانت تدفع الأجور والرواتب في ديوان الجيش إما كل 3 أشهر أي أربعة أطماع في السنة وسموا بالتسعينية، أو كل أو كل 4 أشهر أي ثلاثة أطماع في السنة، أوكل 6 أشهر أي طمعان في السنة.

ومن السجلات الإدارية التي كانت تعتمد في دواوين الجيش والخراج والبريد والرسائل سجل الإسكدار. والإسكدار هو ديوان الوارد والصادر لجميع المراسلات الرسمية للدولة، يسجل فيه جوامع الكتب والأوامر وبيان نوعيتها والجهة التي ورد منها أو الصادر إليها ثم تحويلها للمجلس أو المصلحة الخاصة بها، ويذيل بفهرست يتضمن ذكر الأعمال والدفاتر الخاصة بكل ديوان.

## ثانيا- كتاب نهاية الأرب في فنون الأدب للنويري:

في القسم الخاص بذكر كتابة الديوان وقلم التصرف وما يتصل بذلك في مصر والشام[73] ذكر النويري في المقدمة أن: " كتاب الحساب أكثر تحقيقا، وأقرب إلى ضبط الأموال طريقا، وأدل برهانا، وأوضح بيانا..وبكتاب الحساب تحفظ الأموال وتضبط الغلال، وتحد قوانين البلاد، وتميز الطوارف من التلاد[74]."

ففي ما يخص أصل تسمية كتاب بيت المال بالديوان ذكر أن المحاسبين كانوا يحسبون مع أنفسهم كالمجانين، فسمى موضعهم بهذا الاسم، فسمي الكتاب باسمهم لحذقهم بالأمور، ووقوفهم على الجلي والخفي، وجميعهم لما شذ وتفرق، واطلاعهم على ما قرب وبعد، ثم سمى مكان جلوسهم باسمهم أي الديوان[75].

كان الديوان ينقسم إلى أقسام ووظائف وهي: مباشرة (محاسبة) الجيوش، ومباشرة الخزانة، وبيت المال، وأهراء الغلال، ومباشرة البيوت، ومباشرة الهلالي، ومباشرة الجوالي، ومباشرة الخراجي، ومباشرة الأقصاب والمعاصر ومطابخ السكر[76].

1- مباشرة ديوان الجيش: ويتم ذلك في ثلاثة جرائد أو دفاتر هي الجريدة الجيشية وجريدة إقطاع وجريدة ثالثة تسمى أوراق العدة، ثم شواهد ومستندات أخرى كلها مفصلة بأسماء وعناوين أرباب الإقطاعات والأمراء على اختلاف طبقاتهم، والمماليك السلطانية، وأجناد الحلقة، وأمراء التركمان والعربان والوظائف المختلفة من السلاحدارية والحربدارية والرمحدارية والجمفدارية والزردكشية والبندقدارية ومن السقاة والجمدارية والخزندارية والحراس والبشمقدارية والجامكيات والطواشية والبرجية والبحرية والأوشاقية وغيرهم. تسجل في هذه الجرائد كل البيانات الشخصية والمالية والغير مالية والمستحقات والأعطيات والأجور بمختلف تواريخها بالقيمة النقدية أو الوزن أو الكمية. وفي كل الأحوال لا بد أن يتجنب مباشر الجيش أن يرقم بقلمه عدة الجيش

---

[73] – كانت بلاد الشام تضم سوريا ولبنان وفلسطين.

[74]– النويري، مرجع سابق، ص 145

[75]– الماوردي في الأحكام السلطانية

[76]– النويري، مرجع سابق، ص 147

تصريحا، لما يتعين من إخفاء عدته وذكر تكثيره... أو يذكر ذلك لأحد إلا بمرسوم ولي الأمر، ثم يذكره باللفظ دون الخط [77].

ويحتاج مباشر (محاسب) الجيش وخاصة الناظر، وهي عادة كل المحاسبين في هذا العصر، إلى مراجعة جرائده الجيشية والإقطاعية وأوراق العدة في كل وقت من غير احتياج إلى كشف أو تدقيق، حتى يتمكن من حفظ أسماء الجند ونواحي إقطاعهم على ظهر قلب، فإنه قد يسأل عن شيء من ذلك بين يدي ملك أو نائب فيجيب عليها مباشرة.

2- مباشرة الخزانة: العمدة فيها على العدالة والأمانة، لأن خزائن الملوك في هذا العصر لسعتها، وكثرة حواصلها، وعظم ذخائرها لا تنضبط بسياقة [78]. ومن المهام التي يناط بها كاتب محاسبة الخزانة ما يلي [79]:

- ضبط كل ما يصل إليه من الأموال والأصناف، ويحررها بالوزن والعدد والقيمة على اختلاف أجناسها وأنواعها وأوصافها، كما يميز ما يصل إليه من مختلف الأقاليم والممالك.
- معرفة أجور ورواتب كل شخص، رئيس ومرؤوس يستلم أجرته من المال العام.
- ضبط ما يصل إلى الخزانة من الملوك والنواب من الهدايا والتشريفات.
- ضبط ما جرت به العادة من الثياب المخصص كل سنة لبعض المسؤولين والرتب والمناصب والمماليك السلطانية وغيرهم.
- تجهيز الوفد المرافق للسلطان عند خرجاته الرسمية للحروب أو للنظر في أوضاع البلد أو إلى الصيد والنزهة.
- ضبط ما يستلمه من مختلف المهن التابعة للملكية العامة بالوزن والعدد كصناعة المزركش وفراء ونجاد وسراج وخردفوشي والأقمشة وغيرها [80].

3- مباشر بيت المال: يضبط المباشر يوميا في جريدة المياومة كل الأموال الواردة والمصروفة. فتصرف الأموال شهريا لأصحابها، نقدا أو حوالة موقعة من المحاسب، بناء على أوامر ومستندات رسمية، ويشطب قبالة كل اسم ما صرفه له.

ويعد كاتب بيت المال كل سنة جامعة (ميزان مراجعة سنوي) يبين فيها، سواء في جريدة واحدة أو في جريدتين منفصلتين، مجموع الإيرادات ومجموع النفقات. ففي جريدة الإيرادات يبين المحاسب ما يلي:

- تسجيل في بداية القائمة المرحل من الأموال الباقية من السنة المنصرمة.
- نوع الضريبة سواء كانت من الخراج أو الجوالي والأخماس أو غير ذلك.
- الناحية التي وصلت منها.
- البيان بالشواهد والمستندات المرافقة.
- المجموع العام من رصيد أول المدة والوارد من الأموال.

---

[77]- نفس المرجع، ص 158-159

[78] - السياقة هي الجرد المادي أو المحاسبي برموز وحروف مميزة باللغة الفارسية والعربية

[79]- نفس المرجع، ص 159 -160

[80]- وهي أنواع من الألبسة الفاخرة يستعملها السلطان وحاشيته أو المسؤولون المكلفين بالوظائف الرسمية

أما في جريدة المصاريف فيشرع في الخصم، بدليل الشواهد والمستندات ما يلي:

- مجموع التحويلات إلى السلطان من طرف الخزندارية والجمدارية[81] وغيرهم إن كلف بذلك.
- مجموع التحويلات إلى الخزانة.
- مجموع التحويلات إلى مختلف المسؤولين أو الأشخاص بعد حصوله على الأوامر والوصولات بالتواقيع الرسمية.
- المجموع من المصاريف
- الرصيد المتبقي.

4- مباشر أهراء الغلال: يضبط المباشر أهراء الغلال ما يصل إليه وما يصرف من المحصول الزراعي بكل أصنافه في جريدة يسجل فيها أسماء نواحي وجهات البلد التي تصل الغلال منها إلى بيت المال. ولذلك يحرر عند ورودها وصرفها لأصحاب الحقوق أو الفلاحين أو الطواحين برسم المخابز، محضرا يبين فيه حالتها والكمية والنوعية والوزن أو العدد ومطابقتها أو عدم مطابقتها لأصل الغلة والرسالة المرفقة مع من نقلها.

5- مباشرة البيوت السلطانية: من مهام مباشرة البيوت السلطانية إعداد الجرائد اليومية للتسجيلات التالية:

- التسجيل بالتدقيق والتفصيل الحوائج المقدرة لقصر السلطان من الشراب والغسل والغسيل والفراش والسلاح وأمر البيوت والطعام واللحوم والتوابل والخضراوات والطيب والبخور وحاجات المهمات والأعياد وغير ذلك.
- ضبط أسماء الموردين للقصر كأصحاب القصابة (الجزارة) والجالبين لمختلف الحيوانات والطيور من أجل الغذاء وغيرهم، لتتم محاسبتهم وتسديد مستحقاتهم، بعد الإشهاد عليها بمستندات، بصفة دورية من بيت المال.
- تضبط أسماء وأجور أصحاب الرواتب العاملين بالقصر الملكي، وما لكل منهم في كل يوم، وخصمه لمقبوضاتهم مياومة (يومية) أو مشاهرة (شهرية)، صنفا أو حوالة.
- جريدة تسجل عادات الرسل والضيوف الواردين للقصر وحاجاتهم، ومرتب الصدقة في شهر رمضان، وعادات الأضاحي والصلات في عيد النحر.
- ضبط ما استقر في كل ليلة من الوقود من شمع وزيت.

6- أموال الهلالي: الهلالي عبارة تعبير عن ما يتم أداؤه من الإيجارات والضرائب مشاهرة، أي كل نهاية أو بداية شهر قمري، من مختلف المهن، كالحوانيت والحمامات والأفران، أو من مصايد السمك ومعاصر الزيت وكذا المراعي والأغنام وغيرها، أو على بعض الممتلكات والبيوت الفردية.

وتقرر الإجارة الشرعية لمدة معلومة بأجرة معينة في جريدة يومية تسمى المياومة يسجل فيها استقبال مدة الأجرة والضمان، ومبلغه وأقساطه كاملة أو بأقساط مجزأة، في السنة والشهر واليوم[82].

---

[81]- وهم الموظفون والشرطة المكلفة بتحويل الأموال

[82] – "وصورة وضعه لذلك أن يرصع المحضر أو المجرى عن يمنة القائمة، ويخصم عن يسرهما قبالة المجرى، فيقول في يمنتها من جهة فلان كـذا، وفي مقابلته ينصرف في كذا، ثم يشطب المحضر والمجرى من تلك الجهة في يسرة قائمة الجريدة التي بسطها قبالة كل اسم استخرج منه أو أجرى عليه، يفعل ذلك في مدة السنة، ويرمز على تعليقه إشارة الخدمة على الجريدة".

"وكذلك إذا كتب وصولا رمز عليه إشارة الكتابة، وصورته له، فإذا انقضت السنة عمل محاسبة كل جهة بما استخرجه من مستأجرها أو ضامنها وأجراه عليه، وعقد على ذلك جملة، فإن كان المستخرج والمجري نظير الأجرة أو الضمان فقد تغلقت تلك الجهة عن تلك السنة، وإن زاد المستخرج على الأجرة أورده في حسابه مضافا، ويسميه زائد مستخرج (الفائض)" [83].

7- مباشرة الجوالي: وهي الضريبة التي تفرض على الجاليات، أي الذين جلوا عن أوطانهم. ومن أنواع هذه الضرائب الجزية.

فالجزية نوع من أنواع الضرائب السنوية المباشرة تفرض على أهل الذمة وهم من غير المسلمين غير المكلَّفين بما يكلف به المسلم من جهاد وزكاة وغيرها من الأعمال ذات العلاقة بالمجتمع. وتفرض الجزية على الرجال الأحرار العقلاء، ولا تجب على صبي ولا امرأة ولا مجنون ولا عبد. ولمتابعة حسابها تعد جريدة أو مياومة خاصة بالأسماء والمبالغ لتسهيل الكشف والشطب، ويقوم القابض بتحرير وصل لكل من استوفيت منه الجزية.

8- مباشرة الخراجي: الخراجي عبارة عما يتم أداؤه من ضرائب للدولة، نقدا، وهي الحقوق، أو عينا من غلة مما هو مقرر على الأراضي الزراعية والنخل والبساتين والكروم والأغنام والدجاج والكشك والبيض وغيرها. ويفرض الخراجي، غالبا، على النواحي الإقطاعية، دون الممتلكات الفردية الخاصة [84].

ومن أبواب الخراجي، كذلك، رسم يفرض على أصحاب الضياع الكبيرة في بلاد الشام، مقابل ما لهم من المطلق والولاة والوكلاء والنقباء والصيارفة والكيالين والضوئية[85].

ولقد اختلفت أحكام وقواعد جباية الخراجي بمصر والشام، حيث إنَّ قانون الديار المصرية مبني على ما يشمله الري من أراضيها ويعلوه نهر النيل. فالريُّ ما شمله نهر النيل بأنواعه من نقاء ومزروع وخرس، غالب ومستبحر وترطيب [86]. أما الشراقي فما لم يشمله ري نهر النيل.

وتتم متابعة ومحاسبة الخراجي بداية من تحديد عدد الفدادين إلى أن ينبت الزرع من طرف عدول ذوي خبرة بعلم المساحة، وكاتب عارف خبير أمين، وقصابين [87] لقياس الأراضي، يمسحون الأراضي المزروعة بأسماء أربابها وقبائلها، ويعينون أصناف المزروعات بها، ويكون مباشرو المساحة قد بسطوا أيضا سجلات التحضير، فإذا تكاملت المساحة نظم مباشروها أوراقا يسمونها المكلفة[88].

وأما قانون خراج الديار الشامية فمبني على نزول الغيث ووقوع الأمطار في إبانها وأوقات الاحتياج إليها، وأنواع الزراعة المناسبة لكل فصل، ومن ذلك المطر الوسمي والمطر الفاطم[89]. ومن أراضي الشام ما يسقى بالمياه

[83] – نفس المرجع

[84]– نفس المرجع، ص 179

[85]– نفس المرجع، ص 180

[86]– وهي أسماء لأنواع الأراضي حسب خصوبتها وصلاحيتها لكل نوع من أنواع الزراعة

[87]– وحدة القياس هي القصبة الحاكمية، والقصبة ستة أذرعٍ وثلثا ذراع

[88]– المكلفة تقرير يبين مساحة الأراضي وأصناف المزروعات وأسماء المزارعين

[89]– المطر الوسمي هو الذي يقع في فصل الخريف أما المطر الفاطم فهو غالبا يكون في شهر نيسان ( أبريل)

السارحة من الأنهار والعيون، وتكون مقاسمة أرضه، أي الخراج المفروض عليه، أوفر من مقاسمة ما يسقى بالأمطار.

9- مباشرة قصب السكر ومعاصره: تختلف محاسبة غلة قصب السكر ومعاصره بحسب الأماكن والبقاع والنواحي والديار، ومن أنواع الأراضي الجيدة المروية بالأنهار من غيرها. ويتم تقدير الضريبة بعد معالجة المنتوج من السكر وعصيره.

ولقد ذكر النويري أسماء أصحاب الوظائف والمسؤوليات التي تمسك الدفاتر المحاسبية وحدود مهام كل مباشر كما يلي:

1- العامل: وهو المحاسب المباشر مهمته "ضبط تعليق المياومة وبسط الجريدة وخدمتها في الأصل والخصم أولا فأولا "[90]، فهو مطلوب دون غيره، عند وجوده، بتنظيم جميع الحسبانات (الحسابات) ووضع المقترحات.

2- المشارف – مهمته الرئيسية هي حساب مجمل الضرائب والباقي والفائض والمتأخر وغير ذلك والختم عليها. وهو مطلوب بتنظيم سائر الحسابات اللازمة والمقترحة عند غياب العامل لسبب من الأسباب. كما "تلزمه المقابلة مع العامل على الحساب الصادر عنهما، وسياقة التعليق معه، والكتابة على الوصولات والحسبانات، وهو مطلوب بجميع ما يطلب به العامل من المخرج وغيره" [91].

3- الشاهد: مهمته ضبط تعليق المياومة والكتابة على الوصولات والحسابات ورفع الحساب اللازم دون المقترحات، وذلك عند غياب العامل أو المشارف. ولا بد له، للقيام بمهامه، من جريدة مبسوطة على الأصل والخصم.

4- الناظر: مهمته المراقبة والمتابعة والتدقيق والختم والإبراء واقتراح ما يمكن عمله على مما يسترفع إليه من العامل والمشارف أو الشاهد. كما "يقيد بخطه الاستدعاءات والإفراجات والمراسيم والتواقيع وغير ذلك مما جرت به العادة من الكتابة بالمقابلة والثبوت والتمحية والاعتماد وغير ذلك [92].

5- صاحب الديوان: يرفع الناظر إلى صاحب الديوان الحسابات والبيانات الملخصة من أجل التدقيق والختم وتقديم الملاحظات اللازمة.

6- المستوفي: يقدم صاحب الديوان الحسابات اللازمة للمستوفي، وذلك بعد تدقيقها واستيفاء تفاصيلها من طرف المقابل. وبعد المراجعة، يكتب المستوفي مطالعة (رسالة استفسار) إلى مقابل الاستيفاء لتأكيد معلومات صاحب الديوان والموافقة عليها. فإذا وافق المقابل عليها عرضت مرة أخرى على صاحب الديوان ليكتب بدوره الإجابة للمستوفي.

"ويلزم المستوفي ضبط مياومة المجلس، وكتابة الكشوف بخطه والتذاكر ونسخ المحررات، وتعيين الجهات لأربابها بعد كاتبة الناظر بتعيين الجهة، وعليه نظم جوامع[93] التقدير بعد عمل موازينها وتحريرها وشطبها على

---

[90]- نفس المرجع، ص 217

[91]- نفس المرجع، ص 217

[92]- نفس المرجع، ص 214

[93]- جمع جامعة أي ميزان المراجعة باللغة الحديثة

التقادير[94] الصادرة عن المباشرين وجوامع الحواصل من العين والغلال والكراع والأصناف المعدودة والموزونة والمذروعة والسلاح... وعليه عمل ما يطلب من الأبواب من المقترحات والمطاولات، ويلزمه محاسبات أرباب النقد والكيل المرتبين على ما تعين بقلم الاستيفاء، فيحاسبهم على استحقاقهم، ويعتد عليهم بما ثبت مما عينه لهم... ووظيفة الاستيفاء كبيرة، كثيرة الأعمال، لا تتحصر لوازمها في كتاب، وإنما هي بحسب الوقائع[95].

7- مقابل الاستيفاء: وهو بمنزلة الشاهد في الديوان المركزي. يجمع البيانات السنوية ويرفع نتيجة الحسابات إلى الديوان العالي، ويضبط مياومة المجلس. يتابع عمل المستوفي، ويختم على الحسابات الواردة من عند المباشرين بتاريخ حضورها إلى الديوان قبل تسجيلها في ديوان الاستيفاء، و"يسد بقلمه تواريخ التذاكر والمراسيم، ويتصفح ما يصدر عن المستوفي من المخرج والمردود ويطالب بحمل ما ثبت منه"[96]. وإذا لم يكن للديوان مقابل قام المستوفي بهذه الوظيفة.

8- المشد أو المتولي: وهو النائب العام والممثل للسلطة المركزية، الذي ترفع إليه الحسابات والدفاتر المحاسبية مجملة وملخصة من طرف المباشرين، فيتابع ويحاسب ويقرر المتابعات والجنايات والتأديبات على جميع من أخل بالنظام المحاسبي.

أما عن كيفية وطريقة الحفاظ على النظام المحاسبي عامة والحسابات وما يسلكه المباشر ويعتمده ويضبطه في كل أنواع المحاسبات المذكورة فيمكن ذكرها في المراحل التالية[97]:

1- " أول ما يحتاج إليه كل مباشر أن يضع له تعليقا ليوميته، يذكر فيه تاريخ اليوم والشهر من السنة الهلالية، ويذكر فيه جميع ما يتجدد ويقع في ذلك اليوم في ديوانه من محضر ومستخرج ومجرى ومبتاع ومباع ومبيع ومصروف، وما يتجدد من زيادات في الأجر والضمانات وعطل وتقرير أجائر وترتيب أرباب استحقاقات على جهات وتنزيل من يستخدمه، وصرف من يصرفه من أرباب الخدم، وغير ذلك بحيث لا يخل بشيء مما وقع له في مباشرته قل أو جل"[98].

2- " فإذا كان في آخر النهار قوبل على مجموعه بين المباشرين، ويساق ما يحتاج إلى سياقته من العين والغلة والأصناف "[99].

3- " ثم يكتب العامل مخزومة يورد فيها المستخرج والمحضر والمجرى والمصروف، ويرفعها على عدة نسخ بحسب المسترفعين، وإن شاحه المسترفع لزمه أن يوردها فيما أورده في ميامته من سائر المتجددات والأحوال،

---

[94]- التقارير

[95]- نفس المرجع، ص 216- 217

[96]- نفس المرجع، ص 218

[97]- نفس المرجع، ص 198

[98]- نفس المرجع

[99]- نفس المرجع

فيصير بها المسترفع الغائب كالمباشر الحاضر..وفي كل الحالات لا بد لكل مباشر من جريدة على هذه الصفة تشتمل على الأصل والخصم"[100].

والمخزومة [101] حساب تفصيلي يعده المحاسبون ويرفعونه في عدة نسخ حسب سلم المسؤوليات، ابتداء من العامل ثم المشارف ثم الشاهد وأخيرا الناضر.

وبعد إعداد المخازيم يتم إعداد الحسابات الختامية وهي الختم والتوالي والأعمال والسياقات وهي شواهد الارتفاع. وفي ما يلي شرح مبسط لهذه الحسابات:

1- الختم أو الختمة (الحساب الختامي): وهي ختمة بمبلغ المستخرج والمجرى من أموال الجهات يعدها المباشر إذا مضت عليه في الخدمة مدة لا تتجاوز أحد عشر شهرا فما دون الشهر إلى عشر أيام وما دون الشهر.، يشرح ويبين فيها ما يلي[102]:

- عنوان المعاملة وهي الختمة
- أسماء المباشرين
- رصيد أول المدة المرحل من السنة السابقة
- اسم الولاية والناظر والمشارف والكاتب

– مجموع الإيرادات السنوية بعد تفصيلها بالاسم والتاريخ والمحضر والجهة أي "جملة على ما استخرجه في تلك المدة وأجراه من أصول الأموال يفصل ذلك بسنيه، ويشرحه بجهاته وأسماء أربابه وتواريخ محضره ومجراه، إلى نهاية ذلك[103]".

- يخصم جملة المصاريف بالتاريخ والاسم ومحاضرها.
- الرصيد الباقي

2- التوالي أو توالي الغلال: إذا كانت الختمة تختص بالمبالغ المالية من نقد وذهب، فإن التوالي اختصاصها الغلال، يعدها المباشر بعد المدة التي قضاها كما قدمناه في شرح الختمة وبنفس النظام. حيث يبين فيها ما يلي[104]:

- عنوان المعاملة وهي التوالي
- أسماء المباشرين
- مخزون أول المدة المرحل من السنة السابقة
- اسم الولاية والناظر والمشارف والكاتب

[100]- نفس المرجع

[101] – المخزوم هو المثقوب، ومعناه هنا كناش دفاتر مثقبة ومربوطة الأوراق

[102]- نفس المرجع، ص 199

[103]- نفس المرجع، ص 199

[104]- نفس المرجع، ص 200

- المجموع السنوي لكل صنف من الغلة والمباع منها ومقابلته نقدا مع ذكر الأسماء والتاريخ والجهة والمحضر أي أن "يستقر بالجملة بعد ذلك على ثمن ما بيع وما استقر من الغلال بعد التبديل والتنقيل، ويستخرج ثمن البيع بمقتضى ختمة تلك المدة، وهي شاهده، ويخصم بالمحمول والمنقول والمصروف على اختلافه، ويفصل ذلك بتواريخه [105] ".

- يخصم جملة المصاريف بالتاريخ والاسم والمحضر.
- المخزون الباقي

كما يمكن، عند الطلب، إعداد حسابات ختامية أخرى، ومنها:

- توالي الارتفاع لتشتمل على العين والغلة والأصناف الأخرى،
- توالي الاعتصار، أي المنتوج من قصب السكر والعصير.

3- الأعمال (حسابات أو بيانات): الأعمال أنواع، فمنها أعمال متحصل الغلال والتقاوى، وأعمال الاعتصار، وأعمال المبيع، وأعمال المبتاع، وأعمال الجوالي، وأعمال الخدم والتأديبات والجنايات [106] .

أ- عمل الغلال والتقاوى: وهو حساب بما تحصل من غلة خراجية خلال السنة. ويبين فيه [107] :

- أنواع وأكيال خراج المحاصيل الزراعية الفصلية والسنوية
- تاريخ التحصيل
- أسماء الفلاحين
- المخصوم من المصاريف المختلفة من أجل الحصول على الخراج
- سياقة الحاصل بعد الخصم أي الباقي.

ب- عمل الاعتصار: وهو حساب بما تحصل من خراج اعتصار الأقصاب في كل سنة من الجهات المختلفة. يسجل في يمنة العمل فدادين الأراضي وجهتها، ويبرز عن يسرته بكمية وأوزان ما تحصل من أصناف وأنواع القصب.

ت- عمل المبيع: وهو حساب مفصل بما بيع من الغلال والأصناف بكل جهة بتاريخها. فهو يبين:

- تاريخ البيع
- في يمنة القائمة الصنف، وفي الوسط السعر، موحدا كان أو متعددا
- في اليسرة الثمن المقبوض مع تفصيل بأسماء المشترين
- أسماء المدينون الذين لم يدفعوا مستحقاتهم بعد
- رصيد أول المدة للمبيعات

[105]- نفس المرجع، ص 200

[106]- نفس المرجع، ص201

[107]- نفس المرجع، ص201

- الجملة أو المجموع مع الرصيد الباقي الغير المقبوض

ث- عمل المبتاع ( المشترى): وهي قائمة تبين بالتفصيل ما تم شراؤه من الأصناف من كل جهة بتاريخها. ويتم إعداد القائمة بالشكل التالي:

- تاريخ الشراء
- التسجيل بالتفصيل عن يمنة نصف القائمة ثمن المبتاع وأصنافه.
- أسماء من ابتاع منهم وأسعاره
- الديون الغير المسددة
- خصم مصاريف خدمة إعداد الختمة
- الفائض أو الباقي

ج- عمل الجوالي: وهي قائمة سنوية يفصل فيها أموال الجزية المستخرجة من عند غير المسلمين. يبين فيها :

- التاريخ
- رصيد أول المدة المحول من السنة الماضية
- الإيرادات بأسمائها ومللها
- مجموع الإيرادات السنوية
- المجموع العام.

ح- عمل الخدم والجنايات والتأديبات: هي قائمة ما تعين من أموال الغرامات والعقوبات والجنايات والمخالفات، يذكر فيها الأسماء والجرائم، وتبين[108] :

- التاريخ
- رصيد أول المدة المحول من السنة الماضية
- الغرامات بأسمائها.
- مجموع الغرامات السنوية
- الغرامات المعفاة
- الرصيد الباقي

4- السياقات: هي جرد نهائي سنوي مفصل، فمنها[109] :

- سياقة الأسرى والمعتقلين، وسياقة الكراع، وسياقة العلوفات، وسياقة الأصناف والعدد.
- سياقة الأسرى والمعتقلين، أسمائهم وجرائمهم، ومللهم وأجناسهم، والمفرج عنهم...ألخ.

---

[108]- نفس المرجع، ص 203

[109]- نفس المرجع، ص 204

- سياقة الكراع: فهي جرد سنوي يشتمل على الخيل والجمال والدواب والأبقار والأغنام، عددها والمضاف إليها من خراج وما نتج عنه أو مبتاع ومباع وما مات منها أو انصرف وما بقي.

- سياقة العلوفات: وهي جرد سنوي مفصل لمخزون علف الكراع، يبين تاريخ وكمية ما صرف منه على كل نوع، مبينا الثابت منه والطارئ منها.

- سياقات الأصناف والزردخاناه والعدد والآلات والخزائن والبيمارستانات: يشمل هذا الجرد بيان تفصيلي سنوي لجميع أصناف الممتلكات العامة المختلفة التي لم يتم جردها في السياقات المذكورة.

ويعتبر الختم والتوالي والأعمال والسياقات بمثابة شواهد وقاعدة لإعداد الارتفاع.

5- الارتفاع أو الملخص: "الارتفاع هو جل العمل، وقاعدة الكتابة، والجامع لسائر ما يرد في المعاملة[110]." فهو العمل الجامع الشامل لكل عمل لمدة سنة كاملة، بداية من شهر محرم إلى آخر ذي الحجة، يشرح فيه الكاتب بالتفصيل فصلا فصلا وبابا بابا ولكل جهة وإقليم، بناء على ما ورد من الأعمال خلال السنة الجارية، البيانات التالية:

- اسم العمل
- رصيد أول المدة وهو المرحل من السنة الماضية
- بيان في كل باب إيرادات الهلالي والجوالي والخراجي والأقصاب وغيرها من الأصناف.
- تسجيل عن يسرة نصف القائمة مبلغ ما يقابلها من الذهب والدراهم والغلات وغيرها من الأصناف.
- خصم المساق من الأموال والغلال والمواشي والأصناف وغيرها.
- إعداد ميزان كل جهة من الباقي والفائض بعد شطب قبالة كل جهة ما تم استيفاءه.
- أسماء المباشرين خلال السنة
- جملة المستخرج والمتحصل والمحسوب[111].

وفضلا عن الارتفاع الشامل، يتم إعداد أنوع تفصيلية أخرى وهي الإرتفاعات أو المحاسبات الشهرية والسنوية لبعض الفئات والجهات، وهي كالتالي[112]:

أ- "محاسبة أرباب النقود الجيشية والمكيلات والجامكيات والجرايات، وأرباب الوظائف والرواتب والصلات عما هو مستقر مشاهرة أو مسانهة"[113].فهذه المحاسبة تنظم من الجريدة المبسوطة على العناصر التالية:

- تاريخ العملية
- الأسماء

---

[110]- نفس المرجع، ص 209

[111]- وهو الباقي الذي لم يحول لأسباب مختلفة وخاصة منها الظروف المناخية الصعبة أو الإعفاءات مبينا بمحاضر رسمية.

[112]- نفس المرجع، ص 210

[113]- نفس المرجع، ص 210

- المستحقات الشهرية والسنوية من عين وغلة وأصناف
- المتأخر من المدة التي قبلها
- المجموع المستحق
- المجموع المقبوض
- الفائض المقبوض أو المتأخر

ب- محاسبة أرباب الأجر والاستعمالات: وهي محاسبة خاصة بإستحقاقات أصحاب الأجور ومختلف الأعمال العامة المنجزة، بما أستحق لهم ودفع من أجرة أو تسبيقات.

ت- محاسبة ضريبة أصول الأموال ومضافاتها: وذلك عن كل سنة كاملة، يذكر فيها الهلالي والجولي ثم الخراجي. فبالنسبة لجهات الهلالي فيفصلها بما يلي [114] :

- اسم المستأجر أو الضامن للمستأجر
- المبلغ الشهري والسنوي
- الإشارة إلى البنود الأساسية للعقد وتاريخ كتابته.

وبعد ذلك يذكر كل جهة من جهات الجوالي مفصلة بالأسماء والملل، ثم يذكر كل جهة من جهات الخراجي مفصلة بالتالي:

- أسماء أصحابها
- حدودها ومساحتها
- أسماء الفلاحين القرارية،
- منتوج كل فدان شتاء وصيفا
- ريع كل فدان في الثلاث سنين المقبلة والمتوسطة والمجدبة
- شروط المقاسمة
- ما على كل فدان من الحقوق والرسوم
- عدد الخدم والضيافات.

"وغير ذلك من معالمها بحيث لا يخل بشيء من جميع أحوال القرية، بل يوضحها إيضاحا شافيا كافيا حتى يعلم الغائب عنها جلية أمرها كالحاضر فيها "[115] .

ث- محاسبة المؤامرات: وهي الضرائب المباشرة على الدخل "وتسمى ضرائب المستقر إطلاقه" [116] . وتشتمل المؤامرة تفصيل للأسماء والوظائف ولكل نوع من الدخل النقدي أو العيني، واستحقاقه الشهري والسنوي وجملة ذلك.

---

114- نفس المرجع، ص 211

115- نفس المرجع، ص 211

116- نفس المرجع، ص 212

ح- محاسبة ضريبة الحقوق: وهي الحقوق والرسوم التي تجب أداءها من كل جهة دون زيادة.

خ- محاسبة تقدير الارتفاع السنوي: وهي الميزانية العامة الإجمالية السنوية لكل الجهة دون تفصيل بالأسماء، تبين المرتب والمستحق المخصوم والفائض.

**ثالثا**- الرسالة الفلكية كتاب السياقات للمازندراني[117]:

تعالج هذه الرسالة نظام المحاسبة الذي كان يمارس في الشرق الأدنى وإيران خلال القرن السابع والثامن الهجري، الثالث عشر والرابع عشر الميلادي، وخاصة الفترة 1220- 1350م في زمن حكم السلالة الايلخانية[118].

فمضمون الكتاب كله وصف للممارسات المحاسبية الفعلية وهيكل نظام المحاسبة الحكومية التي تنظم الممارسات ومسك الدفاتر وشرحا مفصلا للوثائق الثبوتية، وذكر للدفاتر المحاسبة والإجراءات التي كانت تستخدم لتحكم النظام المحاسبي، وكذلك عملية إعداد التقارير المالية، إذ أن المخطوطات المالية العامة التي كانت مكتوبة خلال هذه الفترة تأكيد هذه الممارسة من قبل المراجع والمحتوى.

حكمت الايخانات إيران والأراضي المجاورة 1220 حتى 1350م بعد حكم الأتراك السلاجقة. كان ديوان الدولة، الذي كان مستقلا عن الخان، يحافظ ويمسك حسابات الدولة ويدير الشؤون المالية للدولة، الخدمات البريدية، الإنشاءات العامة، والشؤون المالية التابعة للجيش. والوزير الأول هو رئيس الديوان. كان يدير كل منطقة من مناطق الستة عشر حاكم إقليمي جنبا إلى جنب مع قائد الجيش والمسؤول عن الضرائب تحت سلطة الحاكم[119].

إن الفساد والفوضى التي سادت الدولة بعد 1220م، أي بعد نشوء دولة أيل خان، كان له أثر سلبي على جمع الضرائب ووصولها إلى الحكم المركزي. ومع نهاية القرن الثالث عشر الميلادي، وفي عهد غازان خان طبقت إصلاحات سياسية وزراعية ومالية كان لها بالغ التأثير على الممارسات المحاسبية. وكان من أهم هذه التدابير الإصلاحية ما يلي:

- حظر فرض أي ضريبة أو رسم ذات طابع عنصري من قبل المسؤولين في الحكومة المركزية، وحظر تسجيل أي منها على جميع المحافظات والمقاطعات.
- التأسيس لمعدل مستقر لسعر العملة من خلال طرح دينار فضة كوحدة نقدية.
- التأسيس لضريبة مالية سنوية.
- تعيين أمين خزينة في كل محافظة، وكذا مدقق حسابات لبعض المقاطعات لتحديد معدل الضريبة بالنسبة للمقاطعة.
- الأمر بإعداد قائمة مفصلة لدافعي الضرائب إلى الديوان.

---

[117] - الرسالة الفلكية كتاب السياقات مخطوطة بخط اليد، كتبها عبد الله بن محمد بن كيا المازندراني، المتوفي سنة 765هـ-1363 م.

[118] - التي حكمت إيران والعراق سنة 654هـ- 756هـ، 1256- 1355م

[119] -Solas Cigdem, Otar Ismail, accounting system practiced in the Near East during the period 1220-1350 based on the book Risale-i Felekiyye, The Accounting Historians Journal, June 1994

و من ثم صمم نظام المحاسبة الحكومية ليعمل بالتوازي مع نظام الحكم اللامركزي. فبعض الدفاتر المحاسبية يتم الاحتفاظ بها مركزيا والبعض الآخر يحتفظ بها من قبل السلطات الإقليمية، أين يتم تسجيل معظم بنود الإيرادات الرئيسية وتصنيفها. ولترتيب ذلك تصاعديا أو تنازليا صنفت بعض المناطق إلى مراكز المسؤولية الرئيسية عن تسجيل النفقات، وداخل هذه المناطق كانت مراكز مسؤولية إضافية أخرى يتم فيها تسجيل جميع الإيرادات والنفقات أولا ثم تسجل مرة أخرى داخل المناطق[120].

كان نظام المحاسبة مبنيا على ميزانيات الدولة، المركزية والمحلية. كل منطقة لديها مقررية، وهي بمثابة ميزانية تنفيذية تراقب من طرف الديوان، وأخرى إطلاقية أي ميزانية تقديرية يقدرها الحاكم الخان.

والوكالة الإقليمية للدولة هي الوحيدة التي كانت لديها السلطة لجمع الضرائب وصرف جميع النفقات الإقليمية من هذه الضرائب. وكان مسؤول الضرائب يحاسب أمام السلطة المركزية، كما تخضع حساباته كلها للمراجعة الخارجية كلما كان ذلك ضروريا.

كان نظام المحاسبة يستخدم نوعين من الوثائق الرئيسية كمصدر لتسجيل المعاملات المالية وهي:

1- الوثيقة الأولى وهي وصل الاستلام وتستخدم لتسجيل مبلغ الضرائب التي يتم جمعها من قبل المسؤول الإقليمي.

2- أما الوثيقة الثانية فتسمى التبرئة وتستخدم لإظهار تحويل أموال الضرائب من الإقليم إلى العاصمة الدولة.

فبمجرد أن تصدر أوامر جمع الضرائب من قبل الديوان، يصبح المسؤول الإقليمي مسؤولا أمام الإيوان عن المبلغ المعين الواجب تحصيله من الضرائب. وبعد تأديته لما جمعه من ضرائب، تقدم له التبرئة التي تعفيه من المساءلة والمسؤولية المالية أمام الديوان. أما البنود والمعلومات المطلوبة في إعداد الوثائق فهي كالتالي:

- تاريخ الصفقة
- مكان الصفقة
- اسم الدافع
- اسم المدفوع له
- مخصصات الميزانية لهذا البند
- مواصفات الدفع
- مبلغ من المال أو ما يعادلها في النوع
- حساب نصف المبلغ، للتحقق من كامل المبلغ المستلم
- الختم الرسمي

وتعكس العناصر المطلوبة بوضوح مدى الوعي على توفير بيانات موضوعية وقابلة للتحقق حتى يتم التسجيل، كما تتضمن أيضا آلية للمراقبة ( البند الثامن). ولابد من وجود أنواع أخرى من الوثائق الخارجية والداخلية التي

[120] – المازندراني، الفقرة، 63b، 66b، 67b، المخطوطة ليست بها أرقام الصفحات بل رقم لكل فقرة

استخدمت كشواهد ومستندات في الحياة الاقتصادية والاجتماعية لم يذكرها مؤلف الرسالة الفلكية لأنه لم يرى الجدوى من ذلك لعدم اتصالها مباشرة بالمالية العامة.

أما الدفاتر المحاسبة فتصنف إلى مجموعتين بناء على المعلومات التي تحويها:

I- دفاتر المحاسبة المالية: لتسجيل المعلومات المالية

II - اليوميات الخاصة. تسجل المعلومات المادية بدلا من المالية، وقد يتم التسجيل فيها المالية كذلك.

وللتسجيل في هذه الدفاتر واليوميات، كانت تستعمل لغة محاسبية خاصة تسمى "سياقات". والسياقات عبارة عن رموز مختصرة خاصة تستعمل من طرف كتاب المالية العامة والمحاسبين لتسجيل المبالغ المالية والأعداد ومختلف المواد.

ومن الدفاتر المالية المذكورة في الرسالة الفلكية الدفاتر التالية:

I- دفاتر المحاسبة المالية:

1- الرزنامة: وهي يومية عامة والمصدر الرئيسي للمعلومات المالية للدولة، يسجل فيها بالتفصيل وبالترتب الزمني جميع الوثائق والقرارات التي تعرض على الديوان والخاصة بالإيرادات والنفقات. وهي تعتبر بمثابة دفتر أستاذ عام لتسجيلها لجميع عمليات الدفاتر الأخرى [121].

2- العوارج: من المعلومات المستقاة من الرزنامة، تحتفظ السلطات المركزية بالعديد من الدفاتر المحاسبية التي تسجل الإيرادات المحصلة من مختلف المناطق والنفقات العامة المصروفة التي تم إنفاقها، ويتم مقارنتها مع التقديرات التي خصصت لها ومن ثم تحديد الفائض الباقي، لأن النظام المحاسبي لم يكن يسمح بالعجز، فلا نفقة دون إيراد مخصص لها.

3- التوجيهات: لمتابعة ومراقبة المصاريف المختلفة، تحتفظ السلطات المركزية بدفتر محاسبي للمصاريف، تسجل فيه كل ما أنفقته الدولة، مرتبة حسب طبيعتها ويتم مقابلتها مع الإيرادات المخصصة لها في المقررية (الميزانية التنفيذية) أو من الإطلاقية ( الميزانية التقديرية).

يتم التسجيل في الجانب المدين من الدفتر النفقات، أما في الجانب الدائن فتظهر الإيرادات المحصلة، ليظهر الرصيد المتبقي من الإيرادات بعد تخفيض النفقات[122].

4- التحويلات: من أجل الفعالية في تحصيل الإيرادات والسيطرة على النفقات يتم مسك هذا الدفتر من أجل متابعة المسؤولين الإقليميين على التحويلات الضريبية. تحتفظ سلطة الإقليم بدفتر التحويلات وترسل قائمة إيراداتها مفصلة والمصاريف المقدر صرفها محليا إلى الديوان المركزي للمصادقة. وفي نهاية السنة المالية، تسترجع الإيرادات الغير مستغلة إلى الديوان المركزي للتصرف فيها للمصلحة العامة.

5- المتردات: وهو دفتر تفصيلي لإيرادات والمصاريف الإقليمية، يبين مختلف بنود وأنواع الإيرادت والضرائب كضريبة الدخل أو ضريبة المبيعات، ومختلف بنود المصاريف المحلية كالأجور والإنشاءات، والخدمات البريدية.

[121] -Solas Cigdem, Otar Ismail, Ibid

[122] - Ibid

6- كامل الحساب: وهو الحساب الختامي السنوي، يعده الديوان المركزي، ويلخص مجمل الإيرادات والمصاريف الفعلية لمختلف الأقاليم والمقاطعات.

7- قانون المملكة: وهو دفتر يعده أمين الصندوق الإقليمي، يبين مختلف وأنواع الضرائب ومعدلاتها، الواجب تحصيلها في الإقليم بناء على القوانين السارية المفعول في المملكة.

II- **اليوميات الخاصة:**

يعرض القسم التاسع من الرسالة الفلكية المجموعة الثانية من دفاتر المحاسبة التي كانت تستخدم للأنشطة الخاصة، وهي يومية الإنشاءات، يومية صك العملة، يومية الخزانة، يومية المستودعات، يومية تربية الأغنام، يومية زراعة الأرز، ويومية محاسبة الإسطبلات.

1- محاسبة الإنشاءات: تستخدم هذه اليومية لتحديد التكلفة الفعلية للبناءات ومراقبة مختلف التكاليف المادية وتكلفة العمالة، كما تبين بالتفصيل معدل أجر الساعة واليوم والأسبوع. فهي بمثابة محاسبة تحليلية للتكاليف.

2- يومية سك العملة: تبين هذه اليومية الكمية والقيمة النقدية للمخزون من الذهب والفضة في بداية الفترة، والتي بقيت نتيجة مختلف المعاملات في دولة. وكانت مصلحة سك العملة تمثل كيانا منفصلا تديره شركة خاصة أو وكالة مستقلة للدولة تحت الإشراف المباشرة للخان [123].

3- يومية الخزانة: كان الغرض من هذه اليومية هو تتبع معاملات الخزانة بالكمية والقيمة النقدية، ذهبية كانت أو فضية، من تدفقات صادرة وواردة ثم تحديد المخزون الباقي، وذلك في يومية واحدة تظم الصادر والوارد، أوفي يوميتين منفصلتين.

4- يومية المستودعات: تسجل هذه اليومية التدفقات الكمية الواردة والصادرة من الحبوب من وإلى مختلف الأقاليم والأشخاص. فهي إذن متابعة ورقابة على المكلفين بتخزين وتسيير الحبوب.

5- يومية تربية الأغنام: كانت قطعان الأغنام تعهد إلى الرعاة وبالتالي يجب متابعتهم ومحاسبتهم على كل رأس، ذكر أو أنثى، الزيادة من المواليد، والنقصان عند تصريفها لمستحقيها بأوامر من المسؤول الإقليمي، أو موتها نتيجة المرض أو لأسباب أخرى.

6- يومية زراعة الأرز: كانت حقول الأرز تعهد إلى المزارعين وبالتالي يجب متابعتهم ومحاسبتهم على المحصول منه، وعلى مختلف التكاليف التي صرفت من أجل إنتاجه.

7- محاسبة الإسطبلات: هذه اليومية مماثلة ليومية تربية الأغنام، وتخصصها الخيول وعددها الفعلي والتدفقات الداخلية والخارجية من هذه الإسطبلات.

---

[123] –Ibid

**الخلاصة والاستنتاج**

استندت الدولة الإسلامية، منذ نشأتها، في وضع التشريعات الاقتصادية الخاصة بالدولة، إلى الأحكام والتشريعات التي وردت في القرآن الكريم، والسنة، مثل الفيء[124] والجزية والزكاة [125] والصدقات والعشور[126] والغنيمة [127]، بالإضافة إلى استناد الدولة إلى بعض التشريعات التي كانت تتبعها الدولة البيزنطية، مثل الخراج.

كما قامت مختلف الدول الإسلامية، بداية من عهد الخلفاء الراشدين، بتوظيف هذه التشريعات، بما يتلاءم مع ظروف اتساع الدولة الإسلامية وما يصلح منها لتطبيقه. فقد كانت إيرادات الدولة الإسلامية منذ عهد الخلفاء الراشدين عبارة عن الزكاة والجزية، في المقام الأول، ثم الخراج، والغنيمة، والفيء، والعشور، واللقيطة[128]، وتم إنشاء الدواوين، مثل ديوان الخراج، وديوان الزكاة، وديوان الجزية. وتمثلت أوجه الإنفاق على الرواتب الخاصة بالجند، والقائمين على قضاء شؤون المسلمين كالقضاة وغيرهم، والأرزاق الشهرية، وذوي الاحتياجات من المرضى والعاجزين عن الكسب ورواتب الولاة ومعاونيهم وصاحب الخراج. كما تم الاهتمام ببناء منشآت الدولة، وتشييد المساجد، والمدارس، وبناء الطرق، ومحطات البريد، والخانات، وأماكن صناعة الأسلحة وشراء عتاد الجيش، وما يتطلبه جهاز الشرطة ومشاريع المياه وحفر الآبار والترع والقناطر وإقامة الجسور.

إنَّ معرفة تاريخ نشوء وتطور المحاسبة ضروري لفهم وتقييم مستوى المعرفة الحالي الذي وصلت إليه المحاسبة، وتقدير العلاقة بين النظرية والتطبيق. وعندما نعرف في عصرنا المحاسبة على أنها إثبات منظم لنشاط الكيانات وتسجيل وتحليل الأحداث الاقتصادية وتوصيلها إلى الأطراف المستفيدة منها بناء على فروض ومبادئ معينة، فإننا نجدها قديمة قدم اختراع الحساب والأرقام والكتابة وتثبيتها على ألواح الطين والفخار عند السومريين قبل 5000 سنة. حيث كانت منذ ظهورها مرادفة للعد والقياس واقتصارها على كشوف وجرائد محاسبية كوسيلة لضبط خزائن ومراقبة ممتلكات القياصرة والملوك والكهنة، ثم لمراقبة حركة المخازن وإدارة أموال المنشآت الاقتصادية التابعة للمعابد الدينية وإثبات دفع الأجور.

والممارسة المحاسبية في الحضارة الإسلامية هي تسجيل وتحليل الأحداث الاقتصادية، المالية وغير المالية منها، وتوصيلها إلى الأطراف المستفيدة منها بناء على فروض ومعايير العصر.

فمما ذكر عن أهمية المحاسبة أن "الحسبة فظة الأموال، وحملة الأثقال، والنقلة الأثبات، والسفرة الثقات، وأعلام الأنصاف والانتصاف، والشهود المقانع في الاختلاف، ومنهم المستوفي الذي هو يد السلطان وقطب الديوان وقسطاس الأعمال، والمهيمن على العمال وإليه المآل في السلم والهرج وعليه المدار في الدخل والخرج وبه مناط الضر

---

[124] – الفيء هو المال الذي وصل بيت المال دون حرب أو قتال، 80% منه تذهب لبيت المال.

[125] – الزكاة، الفريضة والركن الثالث في الإسلام، هي نسبة معينة من المال في حدود 2.5%، تفرض على من يملك أموالا أو تجارة أو ذهبا فائضا عن حاجته، وتفرض على العقلاء. و لم تكن الزكاة تشكل موردا رئيسيا بالنسبة لبيت المال إلا بعد الفتوحات الإسلامية.

[126] – ضريبة تفرض على التجارة التي تمر بأرض المسلمين نسبتها 10% على الأجانب، 5% المواطنين غير المسلمين، و2% المواطنين وأصحاب المعاهدات من الدول الإسلامية الأخرى. تؤخذ العشور مرة واحدة في العام، ويقوم بجمعها موظف يدعى صاحب المكس أو العاشر

[127] – الغنيمة هي ما يحصل عليه المسلمين من الأعداء في الحروب، 20% تذهب لبيت المال

[128] – اللقيطة هي الأموال التي لم يعلم صاحبها أو مستحقها أو وارثها، فتؤول كلها إلى بيت المال

والنفع وفي يده رباط الإعطاء والمنع، ولولا قلم الحساب لأودت ثمرة الاكتساب ولاتصل التغابن إلى يوم الحساب، ولكان نظام المعاملات محلولا، وجرح الظلامات مطلولا، وجيد التناصف معلولا، وسيف التظالم مسلولا. على أن يراع الإنشاء متقول، ويراع الحساب متأول، والحساب مناقش"[129] .

**ومعنى ذلك بالمصطلحات الحديثة أن مهام المحاسبة الرئيسية هي:**

1- رقابة وحفظ الأموال.

2- الإثبات والتسجيل والنقل إلى الدفاتر بمستندات الإثبات.

3- العدالة: حيث وصف المحاسبين بأعلام الإنصاف وبالثقات كي يكونوا أهلا لتحقيق العدل.

4- الموضوعية: الشهود المقانع في الاختلاف أي حجة عند الاختلاف، وذلك لتوافر أدلة الإثبات.

5- الرقابة على حركة الأموال سواء كانت دخلا أي إيراد أو خرجا أي مصروفا (والقبض والصرف).

6- تحديد نتائج الأعمال: ربحا أو خسارة عندما وصف نتيجة العمل بثمرة الاكتساب.

7- الرقابة على حقوق جميع الأطراف.

8- قابلية التفسير للنتائج.

9- قابلية الإثبات والمناقشة للنتائج.

إن الممارسات المحاسبية والإحصائية خلال الحضارة الإسلامية علم تم اقتباسه وتطويره من الحضارات التي سبقته، كحضارة الفراعنة والإغريق والرومان والفرس، لكن كممارسة دون تنظير لها.

فلقد وصف شهاب الدين النويري القيد المزدوج عندما شرح الدفاتر المحاسبية بدقة متناهية فقال عن دفتر الأستاذ : "وصورة وضعه لذلك أن يرصع المحضر أو المجرى عن يمنة القائمة، ويخصم عن يسرتها قبالة المجرى، فيقول في يمنتها: من جهة فلان كذا، وفي مقابلته: ينصرف في كذا، ثم يشطب المحضر والمجرى من تلك الجهة في يسرة قائمة الجريدة التي بسطها قبالة كل اسم استخرج منه أو أجرى عليه، يفعل ذلك في مدة السنة، ويرمز على تعليقه إشارة الخدمة على الجريدة، وصورته له، وكذلك إذا كتب وصولا رمز عليه إشارة الكتابة، وصورته له، فإذا انقضت السنة عمل محاسبة كل جهة بما استخرجه من مستأجرها أو ضامنها وأجراه عليه، وعقد على ذلك جملة، فإن كان المستخرج والمجري نظير الأجرة أو الضمان فقد تغلقت تلك الجهة عن تلك السنة، وإن زاد المستخرج على الأجرة أورده في حسابه مضافا، ويسميه : زائد مستخرج [130] .

[129] – القلقشندي، مرجع سابق، ج4، ص31

[130] – النويري، مرجع سابق، بداية الفصل الخاص بالنظام المحاسبي، القسم التاسع

ولقد استخدم النويري مصطلحي الأصول والخصوم بالشكل المعروف اليوم ضمن قائمة الجريدة : "ولا بد لكل مباشر من جريدة على هذه الصفة تشتمل على الأصل والخصم". وقوله عن اليومية بنوعيها المدينة والدائنة : "ما يحتاج إليه كل مباشر من ضبط تعليق المياومة وبسط الجريدة وخدمتها في الأصل والخصم أولا فأولا .."

ومن خلال تحليل المفاهيم والقواعد المحاسبية من خلال الأمثلة التي سقناها من كتابات الخوارزمي في القرن الرابع الهجري، والنويري والمازندراني في القرن الثامن الهجري في العراق ومصر والشام وإيران والشرق الأدنى، ومن غير المستبعد أن نفس النظم كانت سائدة في دول المغرب العربي[131] ، يمكن استنتاج ما يلي:

1- أن قواعد التنظيم والتيسير والترتيب والتسجيل ومسك دفاتر المحاسبة الحكومية باعتبارها واحدة من التدابير اللازمة لمراقبة ومتابعة إيرادات ونفقات الدولة كانت مفصلة للإجراءات والخطوات التي يجب اتباعها. فقد حدد النويري والمزدراني عدة قواعد ومفاهيم كانت أساسا للنظام المحاسبي في عهدهما تشمل المعادلة المحاسبية والتصنيف والعرض المحاسبي والوحدة النقدية والدورية والإقفال السنوي والإفصاح في نهاية العام والتقارير الدورية والأساس النقدي للقياس وقواعد التسجيل.

2- بما أنَّ نظام المحاسبة الحكومي لا يحتاج إلى حسابات الربح والخسارة ولا محاسبة الاستهلاك، فإنَّ حساب الإيرادات والنفقات كانت كافية لهذا الغرض مع احترام المعادلة المحاسبية حيث تكون الإيرادات متساوية مع النفقات لأن الهدف من هذه القاعدة هو في المقام الأول إبقاء النفقات في حدود الإيرادات.

3- اعتماد الأساس النقدي كوحدة تسجيل بسعر مستقر للعملة من دينار فضة، أو بوحدات أخرى مثل أوقية الذهب والحبوب، دون مبدأ الاستحقاق، لأنَّ تحصيل الإيرادات جميعها كما سجلت التدفقات النقدية والتحويلات المالية جميع النفقات كما سجلت التدفقات النقدية. فلم تكن هناك حاجة لحساب الأرباح والخسائر ما دام أنه نظام حسابات حكومية.

4- مبدأ السنوية عند فتح مختلف الدفاتر المحاسبية واليوميات وإغلاقها، عدا دفتر التحولات، لمعرفة الفائض أو العجز في الإيرادات في فترات مالية دورية تبدأ، عموما، مع بداية فصل الربيع 21 مارس من كل سنة، مع تقديم تقرير نهاية العام إلى الديوان المركزي، حيث يتم إقفال جميع السجلات المحلية والمركزية و سداد الفائض المالي إلى الإدارة المركزية في نهاية العام، أو يتم ترحيل العجز إلى العام المقبل، إلا أن يتم تعويضه من الإدارة المركزية.

5- وجود القيد المزدوج الذي كان يمارس في المحاسبة في العراق ومصر والشام وفي مناطق عديدة من الشرق الوسط وإيران الشرق وذلك لتسجيل كل العمليات في شكل ثنائي للتدوين باستعمال مصطلح "من" و"إلى" أو تقسيم كل ورقة من الدفاتر أو اليوميات عموديا إلى عمودين، أيمن وأيسر، جانب يستخدم لشرح المعلومة وعلى الجانب الآخر المبالغ دون استعمال مصطلح "المدين" و"الدائن". لكن هذا لا يعني ، أن القيد المزدوج كان بنفس الشكل الذي استُعمل بعد ذلك في الكتابات الأوربية بداية من القرن السادس عشر الميلادي[132] .

---

[131] – في عهد الدولة الحفصية شرقا والدولة الزيانية وسطا والمرينية في المغرب الأقصى أو حتى من قبل في القرن السادس الهجري في عهد الموحدين والمرابطين.

[132] – وخاصة مع ظهور كتاب Summa لصاحبه Luca Pacioli في عام 1494

6- ظهور بوادر نظام محاسبة التكاليف لأن هدف النظام المحاسبي كان رقابي على تدفق الأموال والعدالة في صرفها.

7- أنَّ أغلب مبادئ وقواعد المحاسبة التي تم تنظيمها خلال هذه القرون كان هدفها الأساسي هو زيادة عائدات الدولة من الضرائب والسيطرة على نفقات الدولة.

8- أنَّ المحاسبة علم إنساني تطور حسب ما فرضه عليه تطورات المجتمعات والاقتصاد، أي أن الحياة العملية وضروراتها هي التي جعلت علم المحاسبة يتطور من إجراء إلى إجراء أكثر تطورا وأكثر قابلية لتحقيق أهداف الاقتصاد.

9- وجد التجار المسلمون، خاصة بعد اتساع الأسواق وتخصصها وارتفاع أجور المحلات التجارية بسبب كثرة الأرباح، في الشريعة الإسلامية نظاما مرنا يتيح للمتعاملين به بعيدا عن النظام الربوي، استعمال الشيكات، والحوالات المالية، وخطابات الاعتماد، وبوليصات الشحن، والبيع بالتقسيط. وكانت العقود تحرر بالأشهر القمرية، أمَّا العقود الزراعية فكانت تحرر على أساس نهاية السنة الزراعية (شهر أكتوبر) نظرا لتغير مواقيت الشهور القمرية، تيسيرا للناس على أداء الدين.

ورغم أنَّ لفظ الحضارة، في مفهومه الحديث والعالمي المعاصر، قد أصبح أكثر اتساعا مما كان يدل عليه في مفهومه اللغوي التقليدي، إلا أنها كانت تتميز بالرقي العلمي والفني والأدبي والاجتماعي والاقتصادي، أي الحصيلة الشاملة للمدنية والثقافية والفكر ومجموع الحياة في أنماطها المادية والمعنوية. ولقد استمدت الحضارة الإسلامية كل مقوماتها وعناصر وجودها وأسباب نمائها وازدهارها أساسا من الإسلام ذاته. والإسلام في رحابته الحضارية استطاع أن يمتص كثير من ألوان الحضارات التي سبقته ويسبغ عليها طابعا إسلاميا شاملا.

فمنذ تأسيس الدولة الفتية في يثرب، بدأ اهتمام المسلمين بالعلم والمعرفة، ونقل عن الأمم السابقة ما يمكِنهم من فهم الحقيقة وإدراك الواقع ويصنفونها ويبلغونها لمن بعدهم. فالخوارزمي في كتابه مفتاح العلوم يرسم لنا الذهنية العلمية في التاريخ الإسلامي ويرصد ذلك التنوع من ناحية، والتفاعل من ناحية أخرى، وهما الصفتان المجمع عليهما لكل من اطلع على التراث الإسلامي ونتاجه الفكري.

فتوليد العلوم كان سمة العلماء والمفكرين، وخاصة في القرن الرابع الهجري، وامتد ذلك التوليد إلى القرون المتوالية. فمعالجة المصطلح، التي تعد من أهم القضايا العلمية حتى يومنا هذا، تعد ضابطا علميا للحفاظ على لغة العلم والتفاهم بين الجماعة العلمية والعملية.

وكان امتياز العلماء المسلمين الذين شيدوا الحضارة الإسلامية بخاصية فريدة وهي خاصية الموسوعية، فلم يكن الواحد منهم عالما متخصصا في فن واحد أو في فرع واحد من فروع العلم والمعرفة بل كان موسوعيا يعرف معظم ما انتهى إليه العلم في عصره في معظم التخصصات.

وكان هذا العلم، في أوله، علم ديني، فقد أخذ جميع العلماء المسلمين، بلا استثناء، العلم من البعد الديني، فكان تعليمهم إسلاميا يركز على علوم اللغة العربية والشريعة. وهكذا أقبل المسلمون على تعلم اللغة العربية سواء كانوا عربا أو غير عرب لأنها لغة القرآن والعقيدة والشريعة، سواء من استمر في طريق العلم الديني أو من

تفرع في العلوم التطبيقية. فالطبري[133]، مثلا، مفسر للقرآن ومؤرخ وعالم فقه وشريعة والحديث والأخلاق وغيرها من العلوم. وأبو الحسن الماوردي[134] صاحب الأحكام السلطانية، كتب في التفسير وعلوم القرآن والفقه والسياسة وغيرها من المواضيع.

كانت الدواوين الأولى ومنذ نشأتها في عهد الخليفة عمر بن الخطاب، كديوان الجند وبيت المال، باللغة العربية. أما التي وجدت في البلاد المفتوحة فقد أبقاها العرب على حالها وهي المختصة بالجباية وحساباتها، فظلت على ما كانت عليه. ففي العراق وسائر بلاد الشرق كانت بالفارسية وفي الشام كانت باليونانية وفي مصر بالقبطية. وفي عهد الدولة الأموية، ومنذ ولاية عبد الملك بن مروان وسنده الحجاج ابن يوسف، بدأ تعريب الدواوين ولاسيما تلك التي وجدت في البلاد المفتوحة.

وبعد الأمويين كانت الدولة العباسية[135]، وبمختلف الأوطان الكثيرة، تعيش فيها منذ القدم شعوب وأقوام وجماعات متباينة في اللغة والثقافة، انصهرت في نطاق الثقافة العربية والإسلامية حتى أخذت عناصرها المختلفة تمتزج بالعنصر العربي امتزاجا قويا، فإذا بنا إزاء حضارة تتألف من أجناس وعناصر مختلفة، فمضت هذه الأجناس تكون الوعاء العربي الإسلامي إلى الأبد.

**الملحق**

I- التعريف بالأعلام والكتب :

**أولا:** أبو عبد الله محمد بن أحمد بن يوسف الكاتب البلخي الخوارزمي، من أهل خراسان[136]، وهو عالم آخر غير أبي عبد الله محمد بن موسى الخوارزمي، الرياضي المعروف والمؤسس لعلم الجبر، والذي عاش في النصف الأول من القرن الثالث الهجري.

عاش محمد بن أحمد الخوارزمي في القرن الرابع الهجري بنيسابور في خراسان إبان عهد الدولة السامانية[137]، وقد اشتهرت هذه الدولة بالعدل والصلاح وتشجيع العلم، وكان من أهم مظاهر هذا الازدهار الثقافي أن نبغ كثير من رجال العلم فيها مثل الإمام البخاري[138] والإمام مسلم[139] والإمام ابن حيان السمرقندي[140] والنيسابوري[141] وابن سينا[142] وغيرهم من الأئمة الأجلاء والعلماء.

---

[133] - 224-310هـ، 838-923م

[134] - 364-450 هـ، 980-1058م

[135] – امتدت الدولة العباسية، من حدود الصين وأواسط الهند شرقا إلى المحيط الأطلسي غربا، ومن المحيط الهندي والقرن الأفريقي جنوبا إلى بلاد الترك والروم شمالا، وبذلك كانت تضم بين جناحيها بلاد السند وخراسان وما وراء النهر وإيران والعراق والجزيرة العربية وبلاد الشام ومصر والمغرب العربي.

[136] – يشمل إقليم أو إمارة خراسان الإسلامي شمال غرب أفغانستان، مثل مدينة حيرات، وأجزاء من جنوب تركمانستان، إضافة لمقاطعة خراسان الحالية في إيران. من مدنه التاريخية حيرات ونيسابور وطوس، التي تعرف بإسم مشهد اليوم، وبلخ ومرو.

[137]– الدولة السامانية حكمت بين 266-389هـ/ 880-999م، **وتنتمى الدولة السامانية إلى نصر بن أحمد الساماني الذى ولاه الخليفة المعتمد العباسي على ما وراء النهر سنة 261هـ.**

[138]– الإمام البخاري المتوفى عام 256هـ

توفي محمد ابن احمد عام 378هـ، ويعتبر كتابه مفاتيح العلوم الذي ألفه حولي عام 976م أقدم موسوعة جامعة في التعريف بالعلوم التي كانت متداولة في عصره. وقد أهداه الخوارزمي إلى الشيخ الجليل السيد أبي الحسن العتبي[143]. ويعد الخوارزمي من العلماء المستقرئين ذوي الاطلاع الواسع والقراءة الشاملة، والثقافة الواسعة والعميقة، والتزام المنهج العلمي في التبويب والتصنيف، والدقة البالغة في التحديد والتحقيق، وهذا ما نلحظه في كتاب مفاتيح العلوم وما يبدو واضحا في فصوله وأبوابه المختلفة. فقد اطلع على ما كتبه غيره من علماء وفقهاء وفلاسفة ومتكلمين، واستخلص تعريفاته من مجالات استعمالهم لها. وبهذا الكتاب، بات من المؤسسين لعلم المصطلح العلمي بمعناه الحديث والدقيق[144]، حيث كشف عن كيفية تطور دلالات المعاني والمصطلحات الدالة عليها في مختلف الأنشطة المعرفية المتداولة آنذاك من فقه وعلم كلام وطب وتنجيم وفلك وغيرها[145].

وقد حدد الخوارزمي الغرض من كتابه جاعلا منه كشافا لكل العلوم وليس للمعارف فقط، وبذلك أضحت هذه الاصطلاحات اللغوية مفاتيح أساسية للعلوم والمعرفة الطبيعية والرياضية والفلسفية المنتشرة في القرن الرابع الهجري، إضافة إلى أن معرفة مصطلحات هذه العلوم ضرورية حتى لغير المتخصصين والمتعمقين في هذه العلوم. يقول الخوارزمي في مقدمة كتابه: " وسميت هذا الكتاب مفاتيح العلوم إذ كان مدخلا إليها ومفتاحا لأكثرها، فمن قرأه وحفظ ما فيه ثم نظر في كتب الحكمة هدها هدا وأحاط بها علما، وإن لم يكن زاولها ولا جالس أهلها "[146].

لقد تكونت بفضل الترجمة في القرن العاشر الميلادي مصطلحات علمية جديدة وغزيرة في الطب والكيمياء والرياضيات والفلسفة والمنطق وجميع العلوم التي ترجمت فضلا عن علوم العربية والعلوم المتصلة بالدين الإسلامي مثل الفقه وأصوله والحديث والتفسير والتاريخ.

تحتوي الموسوعة على خمسة عشر بابا، فيها ثلاثة وتسعون فصلا. وقد قسم الخوارزمي موسوعته إلى قسمين:

- القسم الأول ويحتوي على ستة أبواب، فيه اثنان وخمسون فصلا، خاص بالعلوم الأدبية والفقه وعلم كلام والنحو وكتابة دواوين وشعر وعروض وأخبار.

- القسم الثاني ويحتوي على تسعة أبواب، فيه واحد وأربعون فصلا خاص بالفلسفة والمنطق والطب والحساب وعلم الأعداد والهندسة وعلم النجوم والموسيقى والكيمياء.

---

[139]- الإمام مسلم المتوفى عام 261هـ

[140]- الإمام السمرقندي ابن حيان المتوفى عام 354هـ

[141]- النيسابوري المتوفى عام 316 هـ

[142]- 370- 427هـ

[143]- الذي كان وزيرا من وزراء نوح الثاني الساماني سنة 366 ـ 387هـ، وكان يعيش في بلاطه بنيسابور.

[144]- بركات محمد مراد، العلوم والمصطلح العلمي، مجلة بيادر، العدد 1 ،2009، ص 36

[145]- نفس المرجع

[146]- الخوارزمي، مرجع سابق، ص **62**

ويرى الخوارزمي، في معالجته لمختلف المصطلحات وخاصة منها العلمية التي نقلت إلى اللغة العربية أنها " أكثر هذه الأوضاع أسامي وألقابا اخترعت، وألفاظا من كلام العجم أعربت"[147]، فهي إما مخترعة أو معربة ومترجمة عن اللغات الأعجمية كاللغة الفارسية أو اليونانية.

ومن أمثلة المواضيع التي تناولها الخوارزمي في القسم الثاني ما يلي:

- في الباب الثالث شرح موضوعات الطب في سبعة فصول، فتكلم عن التشريح والأمراض والأدوية والأغذية، وأوزان الأطباء ومكاييلهم. كما عرف الشرايين والعروق والعضلات والأعصاب والمشيمة والشبكة والقرنية والاثني عشر وغيرها من الأعضاء.

وفي البابين الرابع والخامس خصهما بالرياضيات والحساب والجبر والمقابلة والفلك إضافة إلى علم الموسيقى بوصفه علما من العلوم المجردة، والقائم على التناسب العددي الدقيق بين النغمات والألحان.

وفي الباب الثامن تعرض لعلم الميكانيكا. وختم الخوارزمي كتابه بالباب التاسع بالكيمياء حيث فصل في آلات الصناعة والعقاقير والأدوية والجواهر والأحجار وغيرها.

والجدير بالذكر أن ما يتناوله الخوارزمي في الباب الثامن من القسم الثانية على أنه علم الحيل أو الميكانيكا نجد هذا العلم يتناول ما نطلق عليه الآن التكنولوجيا، أو الجوانب التطبيقية من اختراعات العلماء للآلات التي قد يستخرج بها الماء من جوف الأرض مثلا أو آلات الحرب ومختلف أدوات الصناعة، وأجهزة التبخير والرصد وأنابيب الإذابة والصهر[148].

وتكمن مدى أهمية كتاب الخوارزمي في محاولته تقديم دراسة شاملة للمصطلحات العلمية عند العرب والمسلمين. ويمكننا من خلاله أن ندرك مدى التقدم العلمي الكبير الذي أحرزه هؤلاء العلماء، سواء في الجوانب النظرية والفكرية لهذه العلوم أو الجوانب التطبيقية والتكنولوجية التي أحرزوها، فضلا عن الجوانب المنطقية والاصطلاحية التي برعوا فيها. وإن المتأمل فيها ليروعه تلك العقلية الفذة التي كان لها أثر واضح في كل مجالات العالم الموضوعية وكيف امتد هذا الأثر إلى المجال الاصطلاحي[149].

**ثانيا**: شهاب الدين النويري، 667هـ - 733هـ - 1272- 1332م، هو أحمد بن عبد الوهاب بن محمد بن عبد الكريم البكري التيمي الشافعي. ولد في عام 667هـ في محافظة بني سويف في مصر، وينسب إلى قريته نويرة. درس في جامع الأزهر بالقاهرة وتخصص في دراسة التاريخ والحديث والأدب. كان ذكي الفطرة، حسن الشكل، فيه مكرمة وأريحية وود لأصحابه. إشتغل فترة في شبابه بنسخ الكتب الجليلة نظرا لجمال خطه وسرعة كتابته. كتب صحيح البخاري ثمان مرات وكان يبيعها.

كان شهاب الدين على صلة ببلاط المماليك ومنهم السلطان الناصر محمد بن قلاوون في فترة خلافته الثانية والثالثة وحظي عنده وعمل عنده في نظارة الديوان وتولى الحسبة وتقلد عدة وظائف مالية وإدارية كالخدم الديوانية والإنشاء وناظرا للجيش.

---

[147] – الخوارزمي، مرجع سابق، مقدمة الكتاب

[148]–بركات محمد مراد، مرجع سابق، ص 42

[149]– نفس المرجع 44

عكف، بعد أن غادر الوظائف كلها، على التدريس والمطالعة الواسعة وألف الموسوعة الضخمة "نهاية الأرب في فنون الأدب". اعتمد في تأليفها على مادة غزيرة من المراجع المتاحة في زمنه في مختلف فنون الأدب العربي. نهاية الأرب موسوعة ضخمة جمعت طائفة عظيمة من المواد العلمية والمعارف الأدبية والتاريخية وخلاصة التراث العربي في شقّيه، الأدب والتاريخ. وقد لخص النويري في كتابه حوالي ثلاثين كتابا من كتب الأدب كالأغاني للأصفهاني، ومختلف كتب الفقه واللغة ومجمع الأمثال ومباهج الفكر وذم الهوى وغيرها من كتب.

تشمل هذه الموسوعة التي ألفت قبل عام 721هـ في ثلاثين مجلدة تضم حوالي 9000 صفحة أي حوالي أربعة آلاف وأربعمائة وخمسون مطوية، كل مجلد يحتوي على جزأين. الموسوعة مقسمة إلى خمسة فنون أو مواضيع، وكل فن ينقسم إلى خمسة فصول[150] :

1- الموضوع الأول: الجغرافيا والسماء وعلم الفلك، والظواهر والأحوال الجوية وتواريخ الأحداث وعلم طبقات الأرض.

2- الموضوع الثاني: الإنسان وما يتعلق به كعلم التشريح، والمأثورات الشعبية، والسلوك، والسياسة وغيرها.

3- الموضوع الثالث: علم الحيوان الصامت وما يتعلق به

4- الموضوع الرابع: علم النبات وما يتعلق به (قسم خاص في التداوي بالنبات)

5- الموضوع الخامس: علم التاريخ

وتأتي قيمة الكتاب في أنه نموذج فذ لترتيب التراث الأدبي، وخاصة في أجزائه الإثنتي عشرة الأولى، وما بعد ذلك يبدأ قسم التاريخ فيستوعب بقية أجزاء الكتاب الثلاثين، ومنها الجزء 16 و17 و18 في السيرة النبوية. وقد لخص النويري في كتابه حوالي ثلاثين كتابا. إضافة إلى تلك الملخصات نقل النويري من أكثر من 76 كتابا ما بين مخطوط ومطبوع لكبار الأدباء والمنشئين والمؤرخين. وموضوع التاريخ هو قوام الموسوعة، سرد فيه، في أربع مجلدات، تاريخ البشرية من آدم عليه السلام وأنبياء الله رضوان الله عليهم، والسيرة النبوية، وتاريخ الشعوب والدول الإسلامية وتاريخ مصر وتاريخ الدولة الفاطمية والأيوبية ثم تاريخ الشام والصليبيين، وأخيرا تاريخ الدولة المملوكية حتى وافته المنية في الواحد والعشرين من رمضان من سنة 733هـ عن عمر يناهز 65 عاما وعشرة شهور[151] .

وقد ضاعت النسخ التي كتبها النويري جميعها حتى عثر المرحوم أحمد زكي باشا[152] على نسخة منه، بمحض الصدفة، في إحدى مكتبات الأستانة بتركيا، فنقل منه صورة شمسية وحملها إلى القاهرة، وعينت لجنة

---

[150] – الندوي عبد الحليم ، منهج النويري في كتابه نهاية الأرب في فنون الأدب، مكتبة الغزالي، مصر، 1987، المقدمة

[151] – نفس المرجع

12– ولد أحمد زكى عبد الله، المعروف بـشيخ العروبة، في عام 1866وتوفى عام 1934م. كان متفوق في عدة لغات كالعربية والفرنسية والإسبانية والإنجليزية والتركية. كان على علاقة وثيقة بالمجمع العلمي المصري، ونتيجة لاهتمامه بالبحث في مجال الآثار، اتصل بالعديد من علماء الآثار في العالم. وقد شجعه ماديا ومعنويا على ذلك الحاكم العثماني الخديوي عباس حلمي الثاني( تاريخ الحكم 1892– 1914) ، الذي إهتم به وجعله يمثل مصر في مؤتمرات المستشرقين، والقيام بزيارات إلى أوروبا والأستانة واليمن منقبا عن الكتب النادرة، ليترك خلفه مكتبة احتوت على مؤلفات متنوعة وفريدة ليس لها نظير، بمجلداتها البالغ عددها 18700 و المصورات والخرائط والفرمانات الشديدة الندرة.

لتحقيقه وطباعته، وفرغت من طباعة المجلد الأول منه عام 1920م، ثم تواصلت عبر السنوات القرن العشرين طباعته حتى آخر جزء منه في عام 1992م.

**ثالثا**: عبد الله بن محمد بن كيا المازندراني، المتوفى سنة 765هـ - 1363م

عاش المازندراني في زمن الدولة الإيلخانية إلي يعود تسميتها[153] إلى هولاكو خان[154] الذى لقب بإيلخان، وهى كلمة مكونة من مقطعين "إيل" بمعنى تابع، و"خان" بمعنى ملك أو حاكم. ويعد هولاكو المؤسس الأول لسلسلة سلاطين المغول في إيران والعراق الذين ظلوا يحكمون هذه البلاد من سنة 654 إلى 756 هـ، 1251- 1353م. امتدت الدولة الإيلخانية من نهر جيحون حتى العراق غربا، ومن جنوبى روسيا شمالا حتى البحر العربي جنوبا.

جنحت الدولة الإيلخانية منذ إنشائها إلى الاستقلال، في الحكم والسياسة، عن العاصمة المغولية قراقورم، وخاصة في عهد آباقا خان ابن هولاكو. في سنة 683 هـ نصب الأمير أرغون، ابنه آباقا إيلخانا، وبدوره نصب آباقا ابنه غازان[155] حاكما على إقليم خراسان.

نجح أرغون في التقليص من نفوذ المماليك في مصر فى المشرق الإسلامي، فأقام علاقات سياسية مع قادة الدول المسيحية وأساقفتها مثل إدوارد الأول ملك إنجلترا[156]، وفيليب لوبل ملك فرنسا[157]، تمهيدا لتكوين حلف للقضاء على النفوذ المماليكي في آسيا الصغرى والعراق والشام.

تولى غازان العرش من سنة 694 إلى 703هـ، 1295- 1304م. اعتنق غازان خان[158] الإسلام فتبعه جميع الأمراء والجنود المغول، ولقب نفسه باسم السلطان محمود غازان، وأعلن الإسلام دينا رسميا للدولة، وأمر المغول بأن يغيروا ملابسهم التقليدية، ويلبسوا العمامة للتدليل على خضوعهم للإسلام، وأمر بهدم الكنائس والمعابد اليهودية والمزدكية والهياكل البوذية، وتحويلها إلى مساجد، كرد فعل لما لقي المسلمون من ضروب المهانة والذلة في عهد هولاكو وآباقا وأرغون. قام غازان بإصلاحات كثيرة ومهمة فى كثير من الميادين، وكانت أبرزها إصلاحاته العمرانية والمالية.

تعرضت الدولة الإيلخانية بعد ذلك للضعف والزوال، وكان آخر السلاطين الإيلخانيين فى سنة 756 هـ، فتقاسم خمسة من كبار الأمراء المغول أملاك هذه الدولة، لتتكون دويلات صغيرة مستقلة.

---

[153] – عبد السلام عبد العزيز فهمي، تاريخ الدولة المغولية في إيران، دار المعارف، القاهرة،1981م. ص171-181

[154] – هولاكو مؤسس هذه الأسرة، وهو ابن تولوي ابن جنكيز خان، وقد استطاع هولاكو توحيد صفوف المغول تحت رايته واجتاح العالم الإسلامي، وتمكن من الاستيلاء على الجزيرة والشام ودمشق وحلب وديار بكر وربيع، و لم يبق أمامه سوى مصر التي كان يحكمها المماليك، مرتكبا العديد من المذابح والفظائع حتى سقطت بغداد في أيدي المغول سنة 656 هـ، 1258م.

[155] -669-703 هـ، 1271- 1304م

[156] – تاريخ الحكم 1272-1307 م

[157] – أو فيليب الرابع، تاريخ الحكم 1285- 1314م

[158] – نشأ غازان (قازان) بوذيا مثل آبائه وأجداده

والرسالة الفلكية الأصلية مخطوطة بخط اليد، والمودعة لدى مكتبة أيا صوفيا في استانبول بتركيا، ومسجلة بقسم المخطوطات تحت رقم 2756 ، موضوع الرسالة هو المحاسبة والنظم المحاسبية في الدولة الإسلامية. والكتاب مكتوب باللغة العربية مع استخدام اللغة الفارسية كذلك[159] . فهي كتاب في المالية العامة، جزء كبيرا منها يغطي المبادئ والإجراءات التي يتعين إتباعها في مجال المحاسبة الحكومية. ويقدم الكتاب أمثلة واقعية ذات الصلة لتلك الفترة.

وحسب اسماعيل أوتار [160] توجد نسختين منسوختين من المخطوطة الأصلية لصاحبها المازندراني وهي:

1- الرسالة الفلكية كتاب السياقات لمحمد بن عبد الله كيا المازندراني، المخطوطة سنة 765هـ، 1363م باسطنبول، تركيا، في مكتبة أيا صوفيا للكتب الحسينية بقسم المخطوطات تحت رقم 2756.

يعتقد أوتار أن النسخة الأصلية من كتاب الرسالة الفلكية كتبت بين تاريخ 1335 و 1345م، رغم عدم وجود هذه النسخة.

2- الرسالة الفلكية لمحمد بن عبد الرحمن كيا المازندراني، الموجودة بطهران، إيران، لدى جمعية الكتابهان تحت رقم 6041.

وتختلف رسالتا اسطنبول وطهران في بعض فقراتها وصفوفها. كما توجد نسختين مطابقتين للأولى والثانية منسوخة، في القرون الموالية، من الأصل. ويعتقد اسماعيل أوتار أن اسم عبد الرحمان كتب خطأ بدل عبد الله.

في نسختا طهران تتألف صحف الرسالة الفلكية من 279 ورقة متوسط الحجم بطول (7 × 18) سم. الفقرات مكتوبة في أطر واضحة. بعض الصحف مكتوبة في 19 صف وأخرى في 33 صف. ولغة الرسالة هي الفارسية والعربية بشكل جزئي. أما في النسخة الموجودة في اسطنبول فيبلغ عدد صفحاتها 227 صفحة بحجم ( 4.7 x 6.7) بوصة [161]، أي ( 12 x 17) سم.

تم إهداء كتاب السياقات إلى الوزير الفلكي، ولذلك اشتهر الكتاب بالرسالة الفلكية، رغم أن التسمية الأصلية هي كتاب السياقات [162]. وهناك من يري أن الرسالة الأصلية هي المخطوطة الموجودة في مكتب طهران الحكومية [163]. والرسالة الفلكية هي آخر الأربعة كتب التعليمية الشهيرة والمفصلة للمحاسبة [164]، المكتوبة في عهد الدولة الأيلخانية، حيث كانت السياقات مرادفة في أغلب الأحيان لكلمة المحاسبة في الدولة الإيلخانية والدولة العثمانية بعد ذلك [165] .

159 – في العهد العباسي استعملت الحروف العربية، أما في العهد الإيلخاني استعملت الفارسية، واستعملت اللغة التركية في العهد العثماني

160– بحث منشور باللغة التركية على الأنترنت في صفحة: http://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/45MaliCozum/14-IsmailOtar96.doc

161 - Oktay Guvemli et al, Ibid

162- Mehmet Erkan et al, accounting system of the ilhanians and a sample practice, in accounting method used by ottomans for 500 years, stairs (merdiban) method, Turkish republic ministry of finance, strategy development unit, , Ankara, 2008

163- Oktay Guvemli and Batuhan Guvemli, the birth and development of the accounting method in the middle east (merdiban method), Turkish republic ministry of finance, strategy development unit, Ankara, 2008

164 – الثلاث كتب الأخرى، والتي كتبت بين عام 1309 و 1363 هي:

– سعادت نامه، أي رسالة السعادة لعبد الله بن على المعروف بفلك علاء التبريزي ألفه باشارة الوزير سعد الدين محمد بن تاج الدين على الساوجى ( في عهد غازان خان) لولده شرف الدين أمير حاجى. والكتاب بلغة السياقات الفارسية شرع في تأليفه عام 1309م، وانتهى منه عام 1336م. عثر عليه البروفيسور زكي وليد طوقان سنة 1930.

يحتوي الكتاب على ثمانية فصول أو أقسام [166] :

1- الفصل الأول: مقدمة عن أعداد السياقات

2- الفصل الثاني: شرح لأرقام و نظام القياس

3- الفصل الثالث: شرح للأعداد ، الوحدات، العشرات، المئات، الآلاف

4- الفصل الرابع: شرح الطرق والرموز المستعملة في السجلات، و شرح لعناوين الحسابات ( اليوميات) ومحتوياتها ، وطريقة كتابة التواريخ، وكيفية مراقبة الرموز وتدقيقها وتصحيح مجاميعها دون أن محوها.

5- الفصل الخامس: بعنوان التعبئة (الحشو) والتحقق، أي بمعنى تسجيل المبالغ الكبيرة وكيفية مراجعتها.

6- الفصل السادس: عنوانه طرق التسجيل

7- الفصل السابع: شرح للمعاملات المالية

8- الفصل الثامن: تعريف الدفاتر المحاسبية الحكومية.

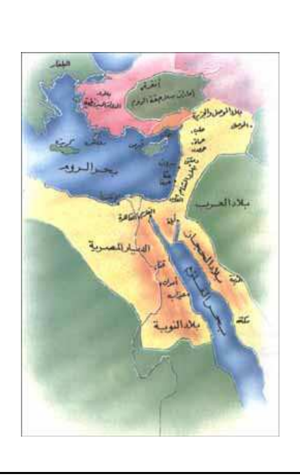
## II- حدود بعض الدولة الإسلامية في القرن الثامن والتاسع الهجري




**الدولة الأموية**




**الدولة العباسية**







– قانون سعد السياقات : كتاب بلغة السياقات الفارسية ألفه فلك علي التبريزي وهو تكملة للكتاب الأول رسالة السعادة.

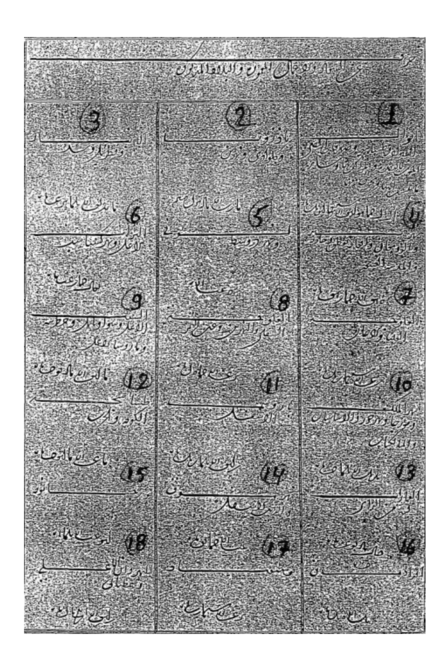
– كامل الحساب: كتاب بلغة السياقات الفارسية ألفه عماد السرفدي بين سنتي 1339 و 1344م

[165] - Mehmet Erkan et al, accounting system of the ilhanians and a sample practice, Ibid

[166] - Ibid

**دولة المماليك** **الدولة الايلخانية**

III- **رموز السياقات: صفحة من المداخيل المستلمة من الأقاليم الإسلامية**[167] :



[167] – الرسالة الفلكية للمازندراني كتبت في بعض أجزائها بنفس الحروف، وهذه الصفحة عبارة عن قائمة جرد حسب إسماعيل أوتار، المرجع التالي:

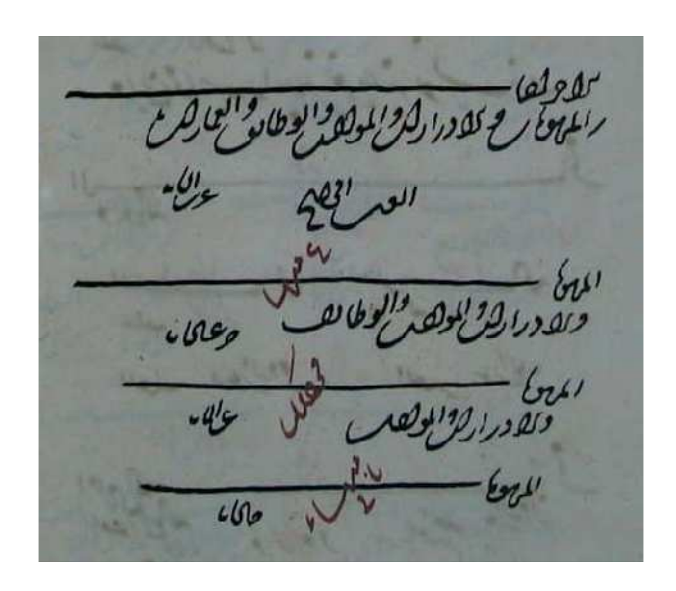
Ismail Otar, accounting system used for 500 years by the Ottoman Empire, 11th world congress of accounting historians, Nantes France, july 19 -22, 2006

**الترجمة بالحروف العربية** [168] :

| | حرف ــــــــــــــــــــ | |
|---|---|---|
| عن السواد والاعمال المعمورة والبلاد المذكورة | | |
| **1**<br>**أموال السواد وطساسيجه وصدقات أراضي المغرب بالبصرة والمراكب بها وسائر ما ينسب إليها ويجري معها**<br>**1547734 دينار** | 2<br>باذوريـــــا<br>وكلوذاي ونهر بين<br>16623 درهم | **3**<br>**الانبـــــار**<br>**وقطربل وسد**<br>**198313 دينار** |
| **4**<br>**نهرســــــير**<br>**والرومقان وايغار ويقطين وجازر وامدينة العتيقة**<br>**75576 دينار** | 5<br>كوثــــــي<br>ونهر در قيط<br>25000 دينار | **6**<br>**الزابــــــ**<br>**الاعلى ونهر كشتاسب**<br>**9526 دينار** |
| **7**<br>**الفلوجـــــــة**<br>**العليا والارحاء**<br>**16736 دينار** | 8<br>الفلوجـــــــة<br>السفلا والنهرين وعين التمر<br>13585 دينار | **9**<br>**السيـــــب**<br>**الاعلى وسورا وبابل وخطرنية وباروسما الاعلى**<br>**140259 دينار** |
| **10**<br>**نهر الملك**<br>**ومورجا ونهر جوبر والساسان والمالكيات**<br>**38350 دينار** | 11<br>باروسمـــــا<br>الاسفل<br>46336 دينار | **12**<br>**طسا سيجـــــة**<br>**الكوفة والخزن**<br>**110154 دينار** |
| **13**<br>**العماراتــــــ**<br>**بسر من راي**<br>**50219 دينار** | 14<br>نهر بــــــوق<br>والدير الاسفل<br>20590 دينار | **15**<br>**بزر جســــــابور**<br>**24300 دينار** |
| **16**<br>**الراذنــــــان**<br>**30035 دج** | **17**<br>**روستقبــــــاد**<br>**13666 دينار** | **18**<br>**نهروان الاعـــــلى**<br>**وسمطناى**<br>**46480 دينار** |

168 – Oktay Guvemli and Batuhan Guvemli, the birth and development of the accounting method in the middle east (merdiban method), 11th world congress of accounting historians, Nantes France, july 19 -22, 2006

### IV- رموز السياقات: صفحة من المداخيل المستلمة من بعض الأقاليم



**الترجمة بالحروف العربية** [169] :

1- الاخراجات______

من المرسومات والادرارات والمواجب والوظائف والعمارات

العين الرابح[170]

٢٠٠٠٠ دينار

2- المرسومات______ ***٤ منهاء***

الادرارات والمواجب والوظائف

١٥٠٠٠ دينار

3-المرسومات______ ***من ذلك***

والادرارات والمواجب

١٠٠٠٠ دينار

***منهاء***
***ثاني***

[169]- Solas. C, and Otar. I., Bookkeeping Rules and Accounting Signs During the Il-Khan Dynasty 1220-1350, paper presented at the AAA Convention 1992, Washington D.C. Ilkhanian accounting record sample, demostrates expenditures in Ilkhanians , form in siyakat.

[170] – أو العين الرايج

4-المرسومات ـــــــــ

٥٠٠٠ دينار

**VI- جدول لأنواع الضرائب والنقود وأماكن ورودها كل سنة إلى بيت المال في عهد الخليفة هارون الرشيد**[171] :

[171] – الخليفة العباسي الذي دامت خلافته من سنة 149 إلى 194 هـ، 766 – 809 م

### تحقيق قسم من الجدول:

<table dir="rtl">
<tr><td colspan="3">الخليفـــــــة<br><br>ما يحمـــــــــــــــــــــل<br>في كل سنة إلى بيت المال لحضرة الخلافة الرشيد هارون<br>درهـــــم<br>530.312.000 [172]<br><br>مجموع<br>شراء السلع<br>5.706.000 دينار<br><br>مجموع<br>النقد<br>404.780.000 درهم<br>1 دينار يساوي 22 درهم<br>125.532.000 درهم<br><br>الأصنـــــــــــاف<br>الضرائب وأسماء الأقاليم</td></tr>
<tr><td>العســـــــل<br><br>الموصل همذان<br>وبستاق<br>20.000 رطل 13.000 رطل</td><td>العنـــــــب<br><br>حمص اجناس الشام<br>1.000 رحيل 300.000 رطل</td><td>الرمـــــــان<br>والسفرجل<br>إيران فارس<br>150.000 حصة 1.000 حصة</td></tr>
<tr><td>السكـــــر<br>من الأهواز<br>30.000 رطل</td><td>الشمـــــع<br>من إسفهان<br>20.000 رطل</td><td>الملـــــح<br>من أرمينيا<br>20.000 رطل</td></tr>
</table>

[172] 404.780.000 + 125.532.000

## المراجع العربية

1- إبن رستة احمد بن عمر ، الأعلاق النفيسة، تحقيق دي غويه، لندن،1891

2- ابن عبد ربه أبو عمر أحمد بن محمد الأندلسي، العقد الفريد، تحقيق أحمد أمين وآخرون، دار الأندلس، القاهرة، 1996

3- الدوري عبدالعزيز، النظم الإسلامية، بغداد، العراق،1950

4- السرخسي محمد بن أبي السهل ، المبسوط، مطبعة السعادة، القاهرة،1948

5- الصابي الهلال بن المحسن ، تحفة الأمراء في تاريخ الوزراء، تحقيق عبد الستار احمد فراج، دار احياء الكتب العربية، القاهرة،1958

6- القلقشندي أحمد بن علي ، صبح الاعشى في صناعة الانشا، المطبعة الاميرية،بدون تاريخ

7- النويري شهاب الدين، نهاية الأرب في فنون الأدب، تحقيق مفيد قمحية وجماعة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان،2004 م

8- الهمداني محمد بن عبد الملك ، تكملة تاريخ الطبري، تحقيق محمد أبو الفضل إبراهيم، القاهرة، دار إحياء الكتب العربية، بدون تاريخ

9- صحيح مسلم بشرح الإمام النووي ، مكتبة الغزالي، مصر، بدون تاريخ

10- قدامه بن جعفر، الخراج وصناعة الكتابة، شرح وتعليق محمد حسين الزبيدي، دار الحرية للطباعة بغداد،1981

11- مسكويه احمد بن محمد ، تجارب الامم وتعاقب الهمم، تحقيق هـــ.ف. أموروز، ، القاهرة،1914

12- الخوارزمي أبو عبد الله محمد بن أحمد بن يوسف الكاتب البلخي ، مفاتيح العلوم، إدارة الطباعة المنيرية، القاهرة، 1966

## المراجع الأجنبية

1 -David-weill Jean, Papyrus Du louvre 11, J.E.S.H.O. Vol IV, part I, 1971

2 -Solas Cigdem, Otar Ismail, accounting system practiced in the Near East during the period 1220-1350 based on the book Risale-i Felekiyye, The Accounting Historians Journal, June 1994

## *Abstract*

The main objective of this study is to examine the accounting system practiced in Irak, Egypt, Alchemy, Iran and the Near East, from ninth to fourteenth century A.D, and to appraise accounting practice and its regulation which were introduced through fiscal reforms. The study is based on threes books and a handwritten manuscript, Miftah El-Ouloum, Nehayat Al Erab Fi Funun Al Adab, Risala El-falakiya, written by Al-khawarizmi al-nouwairi, and Al-Mazandarani. There famous encyclopedia was considered as an important work and was translated into the Latin language beginning in the eighteenth century

IN the first Muslim era, a cultural movement flourished and a famous school was established, specializing in the composition of encyclopedias in many fields, including cultural, political, historical, social, financial, accounting and humanitarian.



## *Key words:*

accounting, Islamic State, Miftah El-Ouloum, Nehayat Al Erab, Risala El-falakiya.



L'objectif principal de cette étude est l'examen du système comptable pratiqué en Irak, Egypt, Al-Chemi, Iran et le Proche Orient, pendant la période du neuvième au quatorzième siècle A.C. Trois livres et maniscrits sont a la base de ce travail; Miftah El-Ouloum, Nehayat Al Erab Fi Funun Al Adab, Risala El-falakiya, écrit par les auteurs Al-Khawarizmi, Al-Nouwairi, et Al-Mazandarani.

A l'aube de l'époque musilmane, un mouvement culturel se développa et de célèbres écoles furent fondée et spécialisée dans les encyclopédie. Ces derniers, traitais de nombreux domaines, y compris la culture, la politique, l'histoire, le social, la finance, la comptabilité, et l'humanitarisme.



## *Mots clés:*

comptabilité, Etat Islamique, Miftah El-Ouloum, Nehayat Al Erab, Risala El-falakiya.

# The Willingness of Students in Private Universities To Generate Positive Word of Mouth Marketing

**Dr.Hamza Salim Khraim**
**Marketing Department, Faculty of Business**
**Middle East University for Graduate Studies**
hkhraim@hotmail.com

*Abstract*

Word-of-mouth marketing is highly recognized as one of the most prominent and powerful tools affecting consumer decision making. This study attempts to examine the willingness of students in private universities to generate positive WOM marketing where inadequate research and literature in Arab countries about such issue is a major concern. The model for this study contends that satisfaction, incentives, experience, and the source has a significant influence on students' willingness to use WOM. These propositions are investigated using data collected from three private universities in Amman-Jordan. Empirical support was found for three of our hypotheses. A key finding is that satisfaction, experience, and the source has a significant influence on students' willingness to use positive WOM. We conclude with a discussion of how to use those variables in fostering interpersonal relationships between the university and the students in order to increase the likelihood of students' positive WOM behavior.

*Keywords:*

Word of Mouth, Marketing, Private Universities, Decision Making

**Introduction**

Word-of-Mouth Marketing, or WOMM, is a term used in the marketing and advertising industry to describe activities that companies undertake to generate personal recommendations as well as referrals for brand names, products and services. This form of communication has valuable source credibility, as people are generally be inclined to trust someone's opinion if they feel that it is offered freely and without prompting, compulsion, or personal interest in communicating the information. People are more inclined to believe word of mouth promotion than more formal forms of promotion (i.e. advertising) because it is assumed that the communicator was satisfied by the goods or services provided and is unlikely to have an ulterior motive (i.e. they are not out to sell you something). Also, people tend to believe people whom they know. In brief WOMM is a marketing phenomenon that facilitates and encourages people to pass along a marketing message voluntarily (Grewal, *et al.,* 2003).

Word-of-mouth (WOM) is considered one of the oldest forms of marketing communication, whether from the vendor, experts, or social acquaintances including friends and family. It may also be one of the most powerful channels, particularly if the provider of WOM is someone known and trusted. WOM is considered a key ingredient in the success or failure of a new business, the reason underlying this importance is that WOM is very powerful in making decision easier and in accelerating decision process. Furthermore, WOM is the least expensive, yet at the same time, the most credible form of advertising (Clow and Baak 2007). It's becoming clearer that marketing success is determined more by the time it takes for customer to decide on your product than by any other single factor.

According to Silverman (2001b) WOM accelerates the process of customer decision-making, from deciding to decide, asking for information, weighing options, evaluating a free trial, and then finally becoming a customer and advocate. He maintained that:

- The best way to *increase profit* is to accelerate favorable product decisions.
- The best way to *accelerate product decisions* is to make them easier
- The best way to make the *decision easier* is to deliver *word of mouth*, instead of confusing, low-credibility information in the form of advertising, or other traditional marketing.

In addition to that, most external search studies include WOM communication as one source of information on which consumers rely, in addition to other forms of search to create an index of total external search (e.g. Blech and Blech, 2007). However, WOM differs from other information sources in several important ways. WOM communications differ from non personal sources of external information in that the WOM channel is immediately bi-directional and interactive. What is more, the internet is growing at such a rapid pace including e-mail, websites, chat rooms, and video teleconferencing, WOM is even more important to businesses today than ever before (Silverman, 2001b).

This importance is confirmed by Donaton, (2003) who conclude that one American in 10 tells the other nine how to vote, where to eat, and what to buy. He highlights research showing how influential WOM has become and focuses on the people most responsible for spreading it. His findings show the majority of people rely more than ever on friends and family, rather than advertising or editorial, to decide which restaurants to try, places to visit, prescription drugs to purchase, hotels to stay in and videos to rent. "It really a critical shift point and marketers need to think about it fundamentally, not just think of throwing on a word of mouth element" to marketing plans.

Finally, opinion leader group can play very important role as human information processors and it can help in generating WOM. It has been suggested that opinion leaders exert a "disproportionate amount of influence on the decisions of other consumers" (Flynn *et a*l., 1994). Thus, the opinion leader group has the potential to be very important to marketers in disseminating product and company messages and therefore it's considered as essential part of the overall communication strategy**.**

The paper begins with listing research objectives, followed by detailed literature review that highlights key issues of WOM. Accordingly, the next section focuses on research methodology, while the final section provides a conclusions and discussion.

**Research Objectives**

There has been a lot of marketing research on WOM but not many has focused on covering the willingness of students in private universities to generates positive WOM. This paper will fill this gap with main objectives of this research are:

1. To examine the willingness of students to generate positive WOM in private universities,

2. To identify the most important sources of positive WOM that have more influence on students, and

3. To explore how does WOM operate in cultures other than Western? Since most of the research and literature is done in western societies, and limited attention was given to this issue in Arab countries despite its extreme importance.

**Literature Review**

To clarify the distinctive features of WOM, this section will shed light on different issues including WOM definition, power of WOM, levels of WOM and finally empirical research related to WOM.

**Definition of WOM**: The most common used definition of WOM communication is Arndt's (1967) that is: Oral person-to-person communication between a receiver and a communicator whom the person perceives as non-commercial, regarding brand, product or a service. While Silverman (1997) defined WOM as informal communications about products, services, or ideas between people who are independent of the company providing the product or service, in a medium independent of the company. Patton (2000) define it as a message about the products or services offered by an organization or about the organization itself which involves comments about product performance, service quality and trustworthiness passed on from one person to another. Finally, Stokes and Lomax (2002) defined WOM communications as: all interpersonal communication regarding products or services where the receiver regards the communicator as impartial.

**Power of WOM**. WOM is more credible than any most sincere salesperson. It is able to reach more people, faster, than advertising, direct mail, and even the Internet, because it can spread like wildfire. It breaks through the clutter and the noise better than anything (Silverman and Eve, 2000). Even more important than its credibility, reach, speed and ability to break through the clutter, is its ability to get people to act. People think that WOM is so powerful because of its objective, independent nature. Why is that so important? Because a decision maker is more likely to get the whole, undistorted truth from an independent third party who has interest in promoting your point of view. This unique credibility gives word of mouth much of its power. There are some other reasons why word of mouth is so powerful:

*It is more relevant and complete***.** WOM is "live," not canned like most company communication. That means it is custom tailored to the people who are participating in it. People are not giving a pitch; they are responding to questions, though most important questions, the ones the decision-makers themselves are asking. Therefore, customers pay more attention because it is perceived as *more relevant* and *more complete* than any other form of communication.

*It is the most honest medium***.** Because it is custom tailored, and because people are independent of the company, it is the most honest medium. And customers know it. Advertising and salespeople are notoriously biased and not fully truthful. The inherent honesty of word of mouth further adds to its credibility.

*It is customer driven***.** Closely related to the above, word of mouth is the most customers driven of all communication channels. The customer determines who she will talk to, what she will ask, whether she will continue to listen or politely change the subject, etc.

*It is a mysterious, invisible force***.** Despite all of its overwhelming power, it is invisible. It is sometimes called "underground" communication, or the grapevine.

*It feeds on itself***.** Word of mouth is like a breeder reactor. It is self generating, it feeds on itself. It does not use up anything. If 10 people have 10 experiences that are 100 direct experiences. If they each tell 10 people about their own experiences, that is an additional 1000 (indirect) experiences, which can be just as powerful as the direct experiences. If they each tell ten people, that is an additional 1,000 people who now have 10,000 experiences in their heads. And so on.

**Levels of WOM**: According to Silverman (2001) there are several levels of word of mouth that are quite different from each other and that vary both in nature and intensity. Nine levels of WOM ranging from the "minus 4" level, where the talk about product is only negative, to the "plus 4" level, where every one is raving about the product.




*Level1 (Minus 4):* People are taking about product and complaining about it. It has reached to the level of public scandal. People are asking each other about it and actively dissuading other people from using it. If this is a short-term emergency, such as product recall that is reacted to quickly and responsibly, the product can survive.

*Level 2 (Minus 3)*: Customers and ex-customers go out of their way to convince the other people not to use the product, but it hasn't reached scandal proportions. Similar to level Minus 4 almost nothing can survive this level.

*Level 3 (Minus 2):* When asked, customers rant, although they don't go out of their way to badmouth the product. They go on and on about how terrible your product is. The product sales will slowly erode in this situation. The process will be slower because people are not actively seeking each other out to spread negative WOM.

*Level 4 (Minus 1):* In this stage, people are not actively complaining about product, but when they are asked, they have relatively negative things to say. Here advertisement and other conventional marketing can sometimes provide a holding action, but very little progress will be made.

*Level 5 (Zero):* At this level, people use product, but are rarely asked about it. They don't volunteer their opinion. If asked, they have little (good or bad) to say about it. This product is getting little or no WOM. It's probably going to cost a fortune to get such a product widely accepted. It's the level where most products are.

*Level 6 (Plus 1):* When asked, people have nice things to say about the product. For example, people may not necessarily go out of their way to tell anybody about a product or service from local merchants, such as dry cleaners or restaurants, but if asked they well say It's good, reliable, or any of the other nice things that are true about the product.

*Level 7 (Plus 2):* When asked, customers rave. They go on and on about how wonderful the product is. Here, conventional marketing is almost completely wasted because it is much les powerful that what is sitting there for the talking. What is needed is for you to provide the channels and materials for your customers to rave.

*Level 8 (Plus 3):* At this level, customers go out of their way to convince other people to use the product. This is what people talk about at parties: the new movie, the latest restaurant, the latest book. Again, provide the encouragement and the channels, facilitate the process, and build a bigger plant.

*Level 9 (Plus 4):* Product is being talked about continually; people are asking each other about it. Experts, local influences, typical customers, and prospects are all talking with each other about your product or service and raving about its virtues. It is getting a considerable amount of publicity. At this level, it is especially necessary to manage people's expectations. Other wise, people will expect much more than will be delivered, which is a sure recipe for disappointment. In this kind of a situation, sales are often growing at such a rapid rate that the company cannot maintain quality. Again, expectations must be managed. Some examples of companies representing level Plus 4 such as, Lexus Automobiles, Harley-Davidson and Apple computer.

**Empirical Research:** According to Nielsen Global Internet Survey (2007) consumers around the world still place their highest levels of trust in other consumers. Conducted twice-a-year among 26,486 internet users in 47 markets from Europe, Asia Pacific, the Americas and the Middle East (Egypt and UAE the only Arab countries who participated in this survey). Nielsen surveyed consumers on their attitudes toward thirteen types of advertising - from conventional newspaper and television ads to branded web sites and consumer-generated content.

The recommendation of someone else remains the most trusted sources of information when consumers decide which products and services to buy. Although consumer recommendations are the most credible form

of advertising among 78 percent of the study's respondents (Table1), Nielsen research found significant national and regional differences regarding this and other mediums. Word of mouth generates considerable levels of trust across much of Asia Pacific. Seven of the top ten markets that rely most on "recommendations from consumers" are in this region, including Hong Kong (93%), Taiwan (91%) and Indonesia (89%) (Table2). At the other end of the global spectrum, Europeans, generally, are least likely to trust what they hear from other consumers, particularly in Denmark (62%) and Italy (64%) (Table3).

(Table 1)*

| **To What Extent Do You Trust the Following Forms of Advertising?** | |
|---|---|
| Recommendations from consumers | **78%** |
| Newspapers | **63%** |
| Consumer opinions posted online | **61%** |
| Brand websites | **60%** |
| Television | **56%** |
| Magazines | **56%** |
| Radio | **54%** |

(Table 2) *

| **Word of Mouth is a powerful recommendation for Asians Seven of the top 10 markets who relied on it hailed from Asia** | |
|---|---|
| Hong Kong | **93%** |
| Taiwan | **91%** |
| Indonesia | **89%** |
| India | **87%** |
| South Korea | **87%** |
| Philippines | **86%** |
| UAE | **84%** |

(Table 3) *

| **Top Five countries to rely on someone else's recommendation** | |
|---|---|
| Hong Kong | **93%** |
| Taiwan | **91%** |
| Indonesia | **89%** |
| India | **87%** |
| South Korea | **87%** |

* Source: Nielsen Online Global Consumer Study April 2007

Ying and Chung (2008) investigate how attitude towards purchase intention of a product is affected by involvement level and presentation order of positive and negative WOM information when presented in a single-message single-source context. Two studies were conducted with undergraduates of a top Asian university using experimental setups. It was found that subjects tend to base their evaluations more on later information than earlier information regardless of involvement level. This recency effect was consistently found across the product categories of tourist destination and restaurant in both studies. Despite obtaining differences between high and low involvement levels in the pretest for both products, the difference was found again in only the restaurant category in the manipulation check of both studies. Findings of this paper can help companies to position messages in their favor when both positive and negative information needs to be presented.

The purpose of Ferguson (2008) paper is to study word-of-mouth and viral marketing, and attempt to determine their measurability in terms of return on investment (ROI). The study examines real life campaigns from well-known companies and attempt to measure consumer response beyond merely viewing or participating in the campaign. How much of an actionable response can be evoked and measured from viral and word-of-mouth campaigns? The paper explores some recognizable viral marketing campaigns and studies the effects they had on product sales, consumer advocacy and brand awareness. It teaches important factors to consider when developing word-of-mouth marketing: who is doing it well, who is not, what lasting effects can a campaign deliver, and are there any effective ways to measure return on investment. The paper

finds that word-of-mouth or viral marketing efforts are not always a sure bet. But a well-placed, calculated and provocative campaign can spark a firestorm of business that sometimes can be effective for years in non-terminal new mediums like the internet. The paper suggest following the included Viral Commandments when creating a word-of-mouth campaign to ensure marketing resources are put to highest and best use. It also suggests focusing on identification of the consumer as a vital step to build advocacy.

While Needham (2008) paper aims to describe the ways word-of-mouth (WOM) can operate in social network platforms such as Facebook. Using Headbox, a research and seeding community for 30,000 16-25 year olds who share their thoughts, their opinions and their ideas and get rewarded for it, consumer insights on brands and how positive and negative WOM are described. The paper finds that the importance of co-creation is vital in diffusion. Co-creation implies that marketing happens with young people rather than it being directed at them. In addition to that, a new approach to marketing using social networking and a very large sample suggests that we are near to a clearer understanding of the complexities of diffusion by WOM.

According to Soutar *et al.,* (2007) WOM represents an opportunity to organizations who continually seek new ways to achieve competitive advantage because it has a powerful influence on consumers' attitudes and behaviors. This study aims to investigate the complexities of the WOM concept and simultaneously examine the triggers that motivate people to offer WOM and the conditions that enhance the chance of WOM occurring. The findings revealed two key WOM themes, termed “richness of message” and “strength of implied or explicit advocacy”, as well as various triggers and conditions that affect WOM occurrence. The study suggested that WOM activity is more complex than previous research has argued. Managers should consider various WOM facets and, in particular, recognize WOM will be most favorable when it is positive, richly described and conveyed in a strong manner.

The important influence of peer recommendations on consumer purchases has been strongly established. However, the growth of electronic discussion boards has created a channel for online word-of-mouth (OWOM) between people who have never met. The study of Fong and Burton (2006) is the first to examine WOM in online discussion boards and thus provides valuable insight for marketers into this growing source of WOM. It aims to examine and compare the frequency and content of postings on digital camera electronic discussion boards within US and China based websites. The analysis showed quantitative and qualitative differences in the content across the two sites. There were differences in the pattern of brand mentions across the two websites, and requests for information seeking behavior also varied across the two sites; users of EachNet were more likely to request information, thus possibly increasing the likelihood of, and influence of, OWOM on this website. There were also significant differences in content, with higher country of origin (CoO) effects on EachNet. CoO effects were largely strongly negative, in particular showing high levels of negative references to brands originating from Japan.

While the objective of Podoshen (2006) article is to explore if there is a difference between American Jewish consumers and American non-Jewish consumers in the use of word of mouth and brand loyalty in response to the purchase of durable goods (automobiles). Additionally, this article aims to explore if there is a difference in the use of WOM and brand loyalty among American Jews with differing levels of acculturation. The study shows no significant difference in brand loyalty and word of mouth between all American Jews and American non-Jews, however, a significant difference between highly acculturated American Jews and low-acculturated American Jews was found. The article helps firms plan their marketing strategy in terms of how they will utilize word of mouth where American Jewish consumers comprise a significant part of the target market.

Wirtz and Chew (2002) research examined how incentives work to actively encourage WOM, and how incentives would potentially interact with other variables that have been shown to drive WOM. The results of the study show that satisfaction does not necessarily increase the likelihood of WOM being generated. It shows also that incentives are an effective catalyst to increase the likelihood of WOM being generated by satisfied consumers and tie strength to be an important variable in explaining WOM behavior. The findings suggest that satisfied customers are a necessary but not sufficient condition for getting positive WOM and those incentives may be an effective way to get satisfied customers to recommend a firm.

Finally, Gremler *et al.* (2001) investigated four dimensions of interpersonal bonds: trust, care, rapport, and familiarity. They contend that as a customer's trust increases in a specific employee, positive WOM communication about the organization is more likely to increase and such trust is a consequence of a personal connection between employees and customers, and employee familiarity with customers. A key finding is that the presence of interpersonal relationships between employees and customers is significantly correlated with customer WOM behavior. Moreover, one key dimension of the employee-customer relationship is interpersonal trust, or "confidence in an employee's reliability and integrity".

**Proposed Model and Hypothesis**

The proposed model is based on the above literature review, it was found that satisfaction, experience, incentives, and the source are the most influential factors that boost the role of WOM in consumer decision making. Some of those variables are also included at Wangenheim and Bayon (2004) model.

**Figure 1: Proposed Research Model**

Satisfaction
Experience
Incentives
Source
Word of Mouth

Numerous empirical studies have identified a positive association between customer satisfaction and WOM. Evidence indicates that WOM is often related to consumers' satisfaction or dissatisfaction with previous purchasing experiences (Blodgett *et al.,* 1993). Richins (1983) found that the tendency to engage in negative WOM was positively related to the level of dissatisfaction. Therefore, we expect that:

*H1:* Satisfaction has a significant influence on students' willingness to use WOM
*H1a:* Dissatisfied students are willing to use WOM more than satisfied students

According to Gilly *et al*. (1998) someone who an expert in a particular product category should dispose of more product or purchase related information in this field and therefore his/her opinion will be sought more often than the opinion of others. Moreover the greater knowledge base of experts should enable them to convince others more effectively of their opinion on products and brands. To Jacoby and Hoyer (1981) experts are more often opinion leader in a product category than other**.** Therefore, we expect that:

*H2:* WOM from expert and opinion leaders has a direct significant influence on students

Satisfied customers need to feel motivated to provide WOM. People who are rewarded for a behavior are more likely to engage in that behavior again (Buhler, 1992). A monetary incentive (reward) can be used as a reinforcer to shape behavior (Gupta and Shaw, 1998). In other words, incentives can function as an extrinsic motivator, and this motivation may increase as the incentive increases. Therefore, we expect that:

*H3:* Incentives provided by universities has a direct significant influence on students' willingness to spread positive WOM

Consumers interact with people from a spectrum of various degrees of tie strength, ranging from strong primary (e.g. brother) to weak secondary (e.g. a seldom-contacted acquaintance). Strong ties have been shown to be more likely to be activated for information flow and are more likely to provide information (Brown and Reingen, 1987). Also the amount of WOM generated was higher within groups with many strong tie relations, than within groups with many weak tie relations (Bone, 1992). This indicates that consumers engage in more WOM with strong than with weak ties. Based on that we expect:

*H4:* The source of WOM has a direct significant influence on students' willingness to spread positive WOM

**Research Methodology**

To empirically investigate the proposed model, a questionnaire was used comprised a five-point Likert-type format concerning the questions related to WOM. The first section contained questions about respondent demographics, while the second section contained questions related to WOM assessed on a 5-point scale. While the statement " I am willing to inform other students my opinion about the university according to my experience" will be used to measure WOM. The questionnaire was pre tested by asking 22 students to complete the questionnaire to discover any difficulty or ambiguous questions. After that, a total of 600 questionnaires were distributed through convenience sampling, employing students from both genders who took the questionnaire to friends and other students inside the university campus. Of these questionnaires, 483 were returned, 33 of which were discarded due to incomplete responses. Thus, 450 were used for the analysis. The questionnaire was distributed in Arabic language to undergraduate students enrolled in three private universities located in Amman-Jordan. To assure face validity of the translated version, the questionnaire was checked by expert to confirm the accuracy of translation.

**Respondents Profile**

As shown in Table 4 the survey respondents came from a relatively broad cross-section of students' population. Of the respondents, 32.9 percent were less than 20 years of age, 60.4 percent were between 21 and 25 years of age, and only 6.7 percent were 26 years of age or over. Seventy percent of the respondents were male and 29.6 percent were female. About 12.1 percent of the respondents are first year students, 17.4 in second year, while 27.5 percent in third year, and the highest 36.2 percent at the fourth year and the rest 6.9 percent were final year students. In terms of nationality, 62.4 percent of the respondents were Jordanian and 37.6 percent were non Jordanian. Colleges represented by the survey respondents were: business (42.0 percent); Law (4.4 percent); Arts (12.0 percent); IT (10.7 percent); Science (0.9 percent); Engineering (11.8 percent); Pharmacy (15.3 percent); and others (3.1 percent).

**Table 4: Cross Tabulation of Respondents Profile by University**

| | Philadelphia university | Applied Science university | Amman Private university | Total |
|---|---|---|---|---|
| **College** | | | | |
| Business | 49 (10.9 %) | 46 (10.2 %) | 49 (20.9 %) | 189 (42.0 %) |
| Law | 12 (2.7%) | 6 (1.3 %) | 2(0.4 %) | 20 (4.4 %) |
| Arts | 16 (3.6%) | 30 (6.7%) | 8 (1.8 %) | 54 (12.0 %) |
| IT | 15 (3.3 %) | 26 (5.8 %) | 6 (1.3 %) | 47 (10.7 %) |
| Science | 4 (.9 %) | --- | --- | 4 (.9 %) |
| Engineering | 19 (4.2 %) | 26 (5.8 %) | 8 (1.8 %) | 53 (11.8 %) |
| Pharmacy | 35(7.8%) | 12 (2.7 %) | 22 (4.9 %) | 69 (15.3 %) |
| Others* | --- | 4 (0.9%) | 10 (2.2 %) | 14 (3.1 %) |
| *Total* | *150 (33.3%)* | *150 (33.3%)* | *150 (33.3%)* | *450 (100%)* |
| **Age** | | | | |
| Less than 20 | 37 (8.3%) | 54 (12.1%) | 56(12.5%) | 147(32.9%) |
| 21- 25 | 100 (22.4%) | 82 (18.3 %) | 88 (19.7%) | 270 (60.4%) |
| 26-30 | 9 (2.0%) | 8 (1.8%) | 4 (.9 %) | 21 (4.7 %) |
| More than 31 | 1 (.2%) | 6 (1.3%) | 2 (.4%) | 9 (2.0%) |
| *Total* | *147 (32.9%)* | *150(33.6%)* | *150 (33.6%)* | *447 (100%)* |
| **Academic Year** | | | | |
| First year | 6 (1.3 %) | 18 (4.0 %) | 30 (6.7 %) | 54 (12.1 %) |
| Second Year | 36 (8.0%) | 24 (5.4 %) | 18 (4.0 %) | 78 (17.4 %) |
| Third Year | 41 (9.2%) | 48 (10.7%) | 34 (7.6 %) | 123 (27.5 %) |
| Fourth Year | 52 (11.6%) | 46 (10.3%) | 64 (14.3 %) | 162 (36.2 %) |
| Final year | 13 (2.9 %) | 14 (3.1 %) | 4 (.9 %) | 31 (6.9 %) |
| *Total* | *148 (33.01%)* | *150 (33.5 %)* | *150 (33.5%)* | *448 (100%)* |
| **Gender** | | | | |
| Male | 113 (25.1%) | 88(19.6%) | 116 (25.8%) | 317 (70.4%) |
| Female | 37 (8.2%) | 62 (13.8 %) | 34 (7.6%) | 133 (29.6%) |
| *Total* | *150(33.3%)* | *150(33.3%)* | *150(33.3%)* | *450 (100%)* |
| **Nationality** | | | | |
| Jordanian | 83(18.4%) | 120 (26.7%) | 78(17.3%) | 281(62.4%) |
| Non Jordanian | 67 (14.9%) | 30 (6.7%) | 72 (16.0%) | 169 (37.6%) |
| *Total* | *150(33.3%)* | *150(33.3%)* | *150(33.3%)* | *450 (100%)* |

Table 5 shows the descriptive statistics used to measure the WOM items. As we can see from the table all statements are above the 3 level, which indicates appositive indication towards generating positive WOM. The First statement received the highest mean with 4.36 which indicates students if satisfied are willing to say positive things about the university. With the second highest mean of 3.95, statement number 15 was ranked second which indicates that information from my friends is more valuable than different types of advertisement. While statement 9 ranked third with 3.87 mean, and again it emphasize the role of friends and relatives as information source. While on the other side statement 8 has received the lowest mean of 3.14 among all items used to check the WOM dimensions.

**Table 5: Descriptive Statistics**

| WOM items | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| 1. If I am satisfied I will say positive things about my University | 4.36 | .912 |
| 2. If I am not satisfied I will say negative things about my University | 3.35 | 1.347 |
| 3. Information about financial incentives offered by the university was the most important thing for me | 3.21 | 1.154 |
| 4. I consider senior level students as the best source for information about any university | 3.41 | 1.967 |
| 5. When I get incentives such as scholarship, I will talk in positive way about the University | 3.75 | 1.165 |
| 6. When I need information about a university, usually I ask my close friend | 3.20 | 1.173 |
| 7. When I hear positive things about my university from expert people such as Ministry of Higher Education, I will consider it | 3.27 | 1.237 |
| 8. When I hear in media positive things about my university such as library, computer labs, I will consider it | 3.14 | 1.178 |
| 9. If advertisement contains little information, usually I seek information from friends and relatives | 3.87 | .859 |
| 10. Information coming from the university employee's (registration dept.) highly influence my attitude towards the university | 3.25 | 1.123 |
| 11. Information about the academic Faculty highly influence my attitude towards the university | 3.44 | 1.164 |
| 12. Even when I am not satisfied from the university, still I will say positive things about it | 3.31 | 1.252 |
| 13. Information from experts and opinion leaders create positive attitude about my university | 3.82 | 1.073 |
| 14. I am willing to inform other students my opinion about the university according to my experience | 3.57 | 1.021 |
| 15. The information that I get from my friends is more valuable than different types of advertisement | 3.95 | 1.035 |
| 16. I prefer to depend on various sources rather than relying on single friend | 3.77 | 1.228 |

### Instrument Validity and Reliability

A principal component factor analysis with varimax rotation was conducted as an extraction method for the factors. Initial examination of Table 6 suggests a four-factor structure that accounted for 66.11% of the total variance. As Table 6 shows the loadings for the items that consists the four factors in general are quite encouraging (> .50), with three factors generally loading quite strongly on their intended factor except for the third factor, incentives with only two items. All items except two have loaded on their hypothesized factors, therefore convergent and discriminant validity for all constructs is supported.

**Table 6: Factor Analysis for Construct Validity**

| Statement | Factor Loading | | | |
|---|---|---|---|---|
| | SAT | EXP | INC | SOU |
| If I am satisfied I will say positive things about my University | .826 | | | |
| If I am not satisfied I will say negative things about my University | .642 | | | |
| Even when I am not satisfied from the university, still I will say positive things about it | .586 | | | |
| When I hear positive things about my university from expert people such as Ministry of Higher Education, I will consider it | | .559 | | |
| When I hear in media positive things about my university | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| such as library, computer labs, I will consider it | | .844 | | |
| Information from experts and opinion leaders create positive attitude about my university | | .692 | | |
| Information about financial incentives offered by the university was the most important thing for me. | | | .909 | |
| When I get incentives such as scholarship, I will talk in positive way about the University | | | .525 | |
| When I need information about a university, usually I ask my close friend | | | | .827 |
| Information coming from the university employee's (registration dept.) highly influence my attitude towards the university | | | | .816 |
| Information about the academic faculty highly influence my attitude towards the university | | | | .827 |
| The information that I get from my friends is more valuable than different types of advertisement. | | | | .746 |
| I consider senior level students as the best source for information about any university | | | | .668 |
| % of Explained Variance | **11.21** | **11.45** | **8.53** | **34.92** |

Total variance explained = 66.11
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

**Instrument Reliability**

All scales except one performed well on the tests conducted to assess the quality of our measures. The instrument for measuring satisfaction, experience, and source showed satisfactory internal consistency (all Cronbach alphas > 0.70) as suggested by Nunnally (1978). However, the instrument for measuring incentives performed poorly (alpha =0.62) although the scale had shown good reliability in the pretest (alpha =0.71).

**Table 7: Cronbach's Alpha for the Scales**

| Variable | No. of Cases | No. of Items | Alpha |
|---|---|---|---|
| Satisfaction | 450 | 3 | 0.88 |
| Experience | 450 | 3 | 0.75 |
| Source | 450 | 5 | 0.83 |
| Incentives | 450 | 2 | 0.62 |

**Data Analysis and Hypothesis Testing**

To test the proposed model for this study, Multiple Regression Analysis will be used, which allows us to investigate a set of independent and dependent variables. As shown in Table 9, the Variance Inflation factor (VIF) indicates that Multicollinearity does not cause any problem since all independent variables was below the threshold of 10 (Neter and Kunter 1990). Furthermore, when the tolerance value is above .60, it is also considered as an evidence of the absence of multicollinearity among the independent variables as indicated by Hair *et al.,* (1995). Accordingly, The Durbin-Watson test statistic as shown in Table 8 is very close to 2, indicating that the adjacent residuals are uncorrelated (Anderson *et al.,* 1990). In addition to that, Table 9 indicates that three out of four of the casual relationships between the variables proposed in our model are highly supported.

**Table 8: Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | .532[a] | .310 | .309 | .8776 | 1.945 |

a. Predictors: (Constant), SOU, INC, EXP, SAT

**Table 9: Model Testing**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1.412 | .384 | | 3.678 | .000 | | |
| | SAT | .245 | .070 | .164 | 3.506 | .001 | .938 | 1.067 |
| | EXP | .236 | .063 | .175 | 3.750 | .000 | .947 | 1.056 |
| | INC | 3.369E-03 | .058 | .003 | .058 | .954 | .945 | 1.058 |
| | SOU | .252 | .086 | .140 | 2.949 | .003 | .905 | 1.105 |

**Hypothesis Testing:**

The results of the H1 shows that satisfaction has a significant influence on students willingness to use WOM (t = 3.50: sig = 0.001). While for H1a, results have indicated that satisfied students has received higher mean (4.13) which is definitely higher than dissatisfied student who got only (3.20). This result goes against H1a, which means satisfied students are willing to use WOM more than dissatisfied students. Therefore**,** H1a is not supported. This means that satisfied students are willing to spread positive WOM more than dissatisfied students.

Turning to H2, it was found that WOM from expert and opinion leaders has a direct significant influence on students (t = 3.75: sig = 0.000). Concerning H3, it was found that incentives provided by universities does not have a direct significant influence on students willingness to spread positive WOM (t = .058: sig = 0.954). Finally, H4 proved that the source of WOM has a direct significant influence on students (t = 2.949: sig = 0.003). Table 9 summarizes the results of hypothesis testing. To achieve the second objective, it was found statement 6 (friends) has received the highest mean 3.87. While expert and opinion leaders came in the second position with 3.57. Formal sources about academic faculty ranked third with 3.45.

**Table 10: Results of Hypothesis testing**

| Hypothesis | Result |
|---|---|
| *H1:* Satisfaction has a significant influence on students willingness to use WOM | Supported |
| *H1a:* Dissatisfied students are willing to use WOM more than satisfied students | Not Supported |
| *H2:* WOM from expert and opinion leaders has a direct significant influence on students | Supported |
| *H3:* Incentives provided by universities has a direct significant influence on students willingness to spread positive WOM | Not Supported |
| *H4:* The source of WOM has a direct significant influence on students | Supported |

## Conclusions and Discussion

First of all, this research has contributed to marketing theory by extending the concept of WOM in two areas; from traditional durable products into new service market (education); and from Western cultures to relatively conservative eastern culture (Jordan).

In this study, we hypothesize and empirically test the proposition that satisfaction, experience, incentives and the source, can significantly influence WOM communication. The results of the present study enhance our understanding of how WOM influences students' willingness to spread WOM. We were able to show as indicated in Table 8 that satisfaction, experience, and the source have a direct influence on the students. While for incentives, result has showed no support for such factor on students.

When students were satisfied, the WOM generated was more positive and they were more likely to make a recommendation, which is consistent with Swan and Oliver’s (1989) findings. The findings also show that source relationship affects WOM behavior. Furthermore, we found that when satisfied, consumers spoke positively about the university and made a recommendation to relatives and friends, which is consistent with Richins’ (1987) findings. It is also recommended that ongoing market research with regard to current student satisfaction should be undertaken to ensure that the needs of students are being continually met.

Because most students search for information before making such a high-involvement decision as to which university to attend, simple strategies for universities interested in targeting new students would be to arrange to have opinion leaders within their reference groups talk with students. While having a weekend for friends or siblings might work quite well in targeting students, such a procedure would be prohibitively expensive as a strategy for enrolling students. Selecting “successful” graduates to speak to prospective students in their home town has worked well in one strategy. Providing special activities at an Open Day just before graduation when younger siblings with parents of current graduates are present will work. As many of the students indicated that they sought the advice of their parents, it is important to schedule a special event especially for them. In addition to these efforts, it is vital for universities to position itself in the obvious path of potential students who are seeking information. This effort might involve sponsoring or participating in seminars, workshops, and/or community events related to the university's offering of knowledge-based services.

One of the main contributions of this study is testing the effectiveness of incentive in increasing WOM. In practice, firms use gifts, discounts, credits, loyalty points, and outright cash to encourage their customers to recommend or sign up family members or friends for a service. Results of this study showed that such incentives can be less effective in the case of universities, and the success of the university was less dependent on financial incentives and more dependent on teaching quality and the reputation of the institutions involved.

Furthermore, as employers and academic staff were considered to be significant players in advising prospective students, targeting this group would also be a worthwhile endeavor. Fostering of interpersonal relationships between faculty and staff with students is important and may help encourage positive WOM behavior. Enrollment administrators need to furnish the information that students needs. Deanship of students' affair can also contributes in providing assistance for students with all information and encouraging them to communicate and interact both formally and informally with university community. Thus, encouraging interpersonal bonds may be a strategy worth considering to increase the likelihood of student WOM behavior.

Universities can also direct potential students to contact expert people such as Ministry of Higher Education to ensure the superiority of the university image, services and facilities. Knowledge of this information will enable universities to avoid significantly reducing its tuition fees while experiencing significant enrollments at higher fees.

It is especially important that universities routinely gather information from new students about the sources of information they used when selecting the university. This information, in turn, allows the university to target the specific WOM behavior of potential students. Based on that, the Internet and World Wide Web offer unique opportunities to reach selected students searching for courses and university related information. For future research, we can also test how the Internet as a medium of communication boosts the effect of WOM on students.

Finally, this study recommends that WOM marketing must form an integral part of a marketing strategy, rather than regarding it as an uncontrollable form of marketing. In doing so, we can built on existing strengths of progressive marketing rather than adopting more traditional marketing strategies to turn the uncontrollable into a more proactive, controllable form.

**Reference**


Arndt, J., (1967) Word-of-mouth advertising and informal communication, in Cox, D. (Ed.), Risk Taking and Information Handling in Consumer Behavior, Harvard University, Boston, MA.

Anderson D. R., Sweeney D.J., and Williams, T.W (1990). Statistics for Business and economics . Fourth edition., West Publishing Company.

Bob Troia, (2007) The Word is Out! Affinitive Launches 100th Innovative Word-of-Mouth Marketing Program. www.beaffinitive.com.

Blodgett, J.G., Granbois, D.H. and Walters, R.G. (1993) The effects of perceived justice on complainants' negative word-of-mouth behavior and repatronage intentions. Journal of Retailing, Vol. 69 No. 4, winter, pp. 399-428.

Belch George E. and Belch Michael A., (2007). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. Seventh Edition. McGraw-Hill Irwin, USA.

Clow, Kenneth E. and Baak Donald (2007). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. Third Edition. Person Prentice Hall, New Jersey, USA.

Donaton, Scott **(2003)** Marketing's new fascination: figuring out word-of-mouth. Advertising Age, Vol. 74, No. 46.

Ferguson Rick (2008) Word of mouth and viral marketing: taking the temperature of the hottest trends in marketing. Journal of Consumer Marketing, Vol 25 No. 3 pp.179 – 182.

Foly, Marty (2005) Essentials of Word Of Mouth Marketing. www.ProfitInfo.com

Flynn, L.R., Goldsmith, R.E. and Eastman, J.K. (1994) The King and Summers opinion leadership scale: revision and refinement. Journal of Business Research, Vol. 31, p. 55.

Grewal, R., T.W. Cline, and A. Davies, (2003). Early-Entrant Advantage, Word-of-Mouth Communication, Brand Similarity, and the Consumer Decision-Making Process. Journal of Consumer Psychology, Vol.13, No.3.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and Black, W.C (1995) Multivariate Data Analysis, Simon and Schuster, New York.

Halliday, Jean (2003) **Study claims TV advertising doesn't work on car buyers**. Advertising Age, Vol. 74, No. 41, p8.

Ho Lai Ying, Cindy M.Y. Chung (2008) The effects of single-message single-source mixed word-of-mouth on product attitude and purchase intention. Journal: Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Vol. 19 No.1 pp. 75 – 86.

John Fong, Suzan Burton (2006) Online word-of-mouth: a comparison of American and Chinese discussion boards. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Volume: 18 Issue: 2 pp. 146 – 156.

Jeffrey Steven Podoshen (2006) Word of mouth, brand loyalty, acculturation and the American Jewish consumer. Journal of Consumer Marketing. Vol. 23, No. 5, pp. 266 – 282.

Needham Andrew (2008) Word of mouth, youth and their brands. Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers.Vol: 9 No. 1 pp: 60 – 62.

Neter, J. and Kunter, L. (1990) Applied Linear Statistical Models, Irwin, Homewood, IL.

Nunnally , J. (1978), Psychometric Theory (2nd ed.), McGraw-Hill, New York, NY.

Richins, M.L. (1987) A multivariate analysis of responses to dissatisfaction. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 15, pp. 24-31.

Richins, M. (1983), “Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers: a pilot study,” Journal of Marketing, Vol. 47, winter, pp. 68-78.

Stokes David and Lomax Wendy (2002) Taking control of word of mouth marketing: the case of an entrepreneurial hotelier. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 9, No 4, pp. 349-357.

Silverman George, (2001). The Power of Word of Mouth. Published by AMACOM Books. Division of American Management Association.

Silverman George, (2001b). The Secrets of Word-of-Mouth Marketing "How to trigger exponential sales through runaway word of mouth." Amacom ISBN 0-8144-7072-6.

Silverman George and Eve Zukergood, (2000) How To Harness Word Of Mouth in the Pharmaceutical Industry. Market Navigation, Inc.

Scott Donaton, (2003) Marketing's new fascination: figuring out word-of-mouth. Advertising Age, Vol. 74, No 46.

Swan, J.E. and Oliver, R.L. (1989) Post-purchase communications by consumers. Journal of Retailing, Vol. 65 No. 4, pp. 516-33.

Soutar, Geoffrey N. Tim Mazzarol, and Jillian C. Sweeney (2007) Conceptualizing word-of-mouth activity, triggers and conditions: an exploratory study. European Journal of Marketing, Vol: 41 No. 11/12 pp. 1475 – 1494.

Wangenheim, Florian V., and Bayoun Tomas., (2004) The effect of word of mouth on services switching: Measurement and moderating variables. European Journal of Marketing Vol.38, No.9/10.

**Questionnaire**

Part One: Tick √ in the box that reflects your answer

1. **University Name**
   □ Philadelphia □ Applied Science □ Amman Private University
2. **College**
   □ Business □ Arts □ Science □ Law □ Engineering
   □ Pharmacy □ It □ Others
3. **Age**
   □ Less Than 20 □ 21-25 □ 26- 30 □ More than 31
4. **Academic Year**
   □ First Year □ Second Year □ Third Year □ Fourth Year □ Final year
5. **Gender**
   □ Male □ Female
6. **Nationality**
   □ Jordanian □ Non Jordanian

**Part Two :**

*Choose the number that reflects your answer* (1=Strongly Disagree, 5 = Strongly Agree)

1. If I am satisfied I will say positive things about my University
2. If I am not satisfied I will say negative things about my University
3. Information about financial incentives offered by the university was the most important thing for me.
4. I consider senior level students as the best source for information about any university
5. When I get incentives such as scholarship, I will talk in positive way about the University
6. When I need information about a university, usually I ask my close friend
7. When I hear positive things about my university from expert people such as Ministry of Higher Education, I will consider it
8. When I hear in media positive things about my university such as library, computer labs, I will consider it
9. If advertisement contains little information, usually I seek information from friends and relatives
10. Information coming from the university employee's (registration dept.) highly influence my attitude towards the university
11. Information about the academic Faculty highly influence my attitude towards the university
12. Even when I am not satisfied from the university, still I will say positive things about it
13. Information from experts and opinion leaders create positive attitude about my university
14. I am willing to inform other students my opinion about the university according to my experience
15. The information that I get from my friends is more valuable than different types of advertisement.
16. I prefer to depend on various sources rather than relying on single friend

# قابلية الطلاب في الجامعات الخاصة من حيث استعدادهم لإستخدام الكلمة المنقولة لنشر فكرة إيجابية عن الجامعة التي يدرس به

## ملخص::

حازت الكلمة المنقولة على اهتمام متزايد في منهاج وأدبيات التسويق الحديث. ان الإتصال الإيجابي بواسطة الكلمة المنقولة يعتبر من أهم الوسائل لترويج سلع وخدمات المنشأة مع الأخذ بعين الاعتبار الطبيعه الغير تجارية للكلمة المنقولة والتي تتمتع بمصداقية أعلى من باقي الجهود والعناصر التسويقية للشركة. مع أن الكمة المنقولة لها تأثر كبير على جميع القرارات الشرائية إلا أن البحوث السابقة أثبتت أن لها تأثير خاص على الخدمات أو القرارات الشرائية المتعلقة بالخدمات بحيث أن توصية واحدة من مصدر موثوق تكفي لاقناع الزبون بتجربة الخدمة. لقد ثبت أن مدى تأثير الكلمة أقوى بكثير من كثير من أدوات ووسائل الإتصال الأخرى. ان الكلمة المنقولة هي الاكثر جدارة بالثقة، والاسرع بالوصول الى الناس من الاعلان والبريد، وبالتالي فإن فرص التسويق بها اكبر من اية وسيلة اعلانية اخرى، لما لها من تأثير قوي على اوضاع السوق، وعلى حفز المستهلكين للتجاوب معها، ومن خلال دراسة بعد اخرى، ثبت انها السبب المباشر لعمليات الشراء. تهدف هذه الدراسة الى البحث في قابلية الطلاب من حيث استعدادهم لإستخدام الكلمة المنقولة لنشر فكرة الإيجابية عن الجامعة يدرس بها حسب رضاهم عن ما تقدمه الجامعة من خدمات. ولتحقيق هذه الأهداف تم تصميم استبانه وزعت على الطلاب بطريقة عشوائية في ثلاث جامعات خاصة. حيث وزعت (600 ) استمارة خضعت منها (450) للمعالجة الإحصائية .تم استخدام برنامج التحليل الإحصائيSPSS من خلال إستخدام الإحصاء الوصفي المتضمن الوسط الحسابي والجداول التكرارية والانحراف المعياري، إضافة إلى t-test و Factor Analysis لاختبار الفرضيات. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك استعداد قوي لإستخدام الكلمة المنطوقة في حال توفر الحوافز المادية الممنوحة من قبل الجامعة وخبرة الطلاب والثقة العالية بمصادر المعلومات.

# قواعد النشر

## قواعد عامة:

- تصدر الاسكندينافية كمجلة علمية محكمة كل شهر بإشراف المجلس العلمي للجامعة.
- تستقبل المجلة البحوث والدراسات العلمية المتخصصة في مختلف مجالات المعرفة. وتخضع هذه البحوث لمعايير وشروط التحكيم في البحث العلمي الأكاديمي، من متخصصين كل في مجاله، وتطبق فيها شروط المجلات العلمية المحكمة.
- تنظر هيئة التحرير بصلاحية البحوث المقدمة للنشر بالعربية ولغات أجنبية أخرى بعد تحكيمها. ويحق للباحث إعادة نشر بحثه في مواضع أخرى، وفي هذه الحالة يطلب منه الإشارة إلى مصدر نشرها الأصلي أي مجلة الجامعة الاسكندينافية مع رابط المجلة.
- المواد المقدمة للنشر يجب ألا يكون قد سبق نشرها في مجلات ودوريات أخرى.
- تلتزم المجلة بالقيود العلمية والمعايير الأخلاقية، لذلك تعبر المواد المنشورة فيها عن آراء ونتائج مؤلفيها فقط.
- تستقبل المجلة مساهمات قرائها في الأبواب التالية: أفكار وآراء، مراجعة وتحليل كتب، رسائل جامعية وتقارير عن ندوات ومؤتمرات علمية.

## التقديم للنشر:

- تقدم المادة المقترحة للنشر باللغة العربية أو الإنجليزية مكتوبة على محرر النصوص MS Word بخط Traditional Arabic قياس 16 على ورق مقاس A4 مع ترك 2,54 سم كهامش من اليمين واليسار و 3,18 سم كهامش من الأعلى والأسفل، ومرقمة ترقيما متسلسلا. ويشترط تقديم مستخلصات عن الموضوع بلغتين أحدها العربية، وترقم الأشكال والجداول بشكل متسلسل، وتوضع عناوين الجداول والأشكال والتعليق عليها والمراجع في صفحات مستقلة أو ضمن المتن.
- عدد كلمات البحث المقدم للنشر (بدون فراغات) من 5000 إلى 10000 كلمة (بحسب عداد MS Word).
- يرفق الباحث تعريفا موجزاً عنه وسيرة علمية مختصرة.
- يبلغ الباحث باستلام بحثه الكترونياً، وبموافقة النشر خلال مدة 3 أشهر.
- أسبقية المواد المرسلة وتنوع الأبحاث والباحثين لغرض التوازن، هي اعتبارات أخرى لأولوية النشر.

## ضوابط الكتابة:

### يبوب المقال على النحو التالي:

- عنوان المقال، اسم المؤلف (المؤلفين)، عنوان الملف (أو المؤلفين بنفس الترتيب).
- ملخص في حدود 200 كلمة باللغتين العربية ولغة أجنبية أخرى.
- كلمات بحث سريع Key words.
- المتن: يستعمل فيه ثلاث مستويات من العناوين أو أقل مع تجنب التذييلات ما أمكن.
- يحدد في المتن مواقع الجداول والأشكال إذا كانت خارجه.
- الأرقام المستخدمة لتعريف المصطلحات الرياضية تكتب داخل أقواس هلالية ( ) وعلى الحد الملاصق للهامش الأيسر.

**الجداول:**

- ترقم الجداول ترقيما مسلسلا مستقلا عن ترقيم الأشكال خلال المتن، ويكون لكل منها عنوانه أعلى الجدول ومصدره أسفله.

**الأشكال:**

- توضع ضمن المتن أو تقدم منفصلة.
- يشار إلى مواضع الأشكال في هامش المتن.
- تقدم الأشكال الخطية كصور بجودة تسمح بطباعتها وإظهارها بشكل واضح.

**الاختصارات:**

- يجب استخدام اختصارات عناوين الدوريات العلمية كما هو وارد في The World List of Scientific Periodicals، كما تستخدم الاختصارات المتعارف عليها دوليا بدلا من كتابة الكلمات كاملة مثل سم، مم، كم، ٪، وفي حالة استخدام وحدات أخرى غير متداولة فيكتب معادلها بين أقواس مربعة.

**المراجع:**

- يشار إلى المراجع بداخل المتن إما بالأرقام حسب أولوية ذكرها بين قوسين ( ). أو تذكر في متن سطور البحث ويستخدم لها اسم المؤلف (الاسم العائلي مع ذكر السنة). تقدم المراجع جميعها تحت عنوان المراجع في نهاية البحث، وترتب ترتيبا أبجديا وترقم تسلسليا ويكتب كل مرجع كالآتي: اسم المؤلف مبتدئا باسم العائلة ثم الاسم الأول فالأوسط. يلي ذلك إن وجد أسماء المؤلفين الأول فالأوسط فالعائلة، ثم تكتب سنة النشر بين قوسين، يليها عنوان الموضوع واسم المجلة، رقم العدد (المجلد، العدد، الصفحات) وفي حالة الكتب تذكر جهة النشر. ويمكن الحصول على النماذج من الأعداد المنشورة للمجلة.

**الحواشي:**

- تستخدم الحواشي لتزويد القارئ بمعلومات توضيحية، ويشار إلى التعليق في المتن بأرقام مرتفعة عن السطر كما في MS Word.

# المجلة الاسكندينافية
# تفتح صفحاتها للإعلان والإشهار الثقافي

هي مجلة إلكترونية محكَّمة، ذات طابع أكاديمي بحثي، متخصصة في شتى العلوم والمعارف، لها بعد عالميٌّ، تجمع بين ثناياها مقالات جادة بمختلف اللغات، تصدر كل ثلاثة أشهر... في متناول الملايين من الباحثين والمتخصصين والطلبة عبر العالَم.

ابتداء من العدد الثالث تفتح المجلة إمكانية الإعلان والإشهار، وفق الضوابط الآتية:

- أن تكون المادة المعلن عنها ثقافية، أو لصيقة بالثقافة: كتب، مجلات، مؤتمرات، أدوات مدرسية، مطابع، مواقع، ملتقيات ومؤتمرات، جمعيات خيرية، مؤسسات صناعية وتجارية داعمة للتنمية... الخ.
- أن لا يحمل الإعلان أي كلمة، أو صورة، أو رسم مخل بالحياء، والقيم، والمبادئ الحميدة.
- أن تكون المادة المعلن عنها رسمية قانونية، معروفة العنوان، محددة الموقع.
- لا يعلن لأي مادة مرتين في عدد واحد.
- يمكن لمادة ما أن تشترط الإعلان لمدَّة طويلة، أي في أكثر من مرَّة.
- يقدم نص الإعلان مصمَّما نهائيا، أو يطلب من المجلة تصميمه، حسب الاتفاق.
- لغة الإعلان غير مشروطة، تبعا لفلسفة المجلة ونظرتها العالمية.
- رسوم الإعلان في المتناول: تحدد حسب المادة، بعد تقديم الطلب، والحصول على الموافقة المبدئية... بناء على معايير مركَّبة، منها: عدد المجلة، الطلبات، نوع المادة، الحجم، العلاقة بالجامعة... الخ.
- يرسل طلب الإعلان في المجلة الاسكندينافية إلى:

أمين التحرير: د. محمد باباعمي
babaammimed@e-su.no
babaammimed@veecos.net

Fax: +213 21 87 45 51
Skype: med-med44